

# Konkurrensen i Sverige 2004

# Konkurrensen i Sverige 2004

Konkurrensverket, december 2004  
Utredare: Helen Jakobsson (projektledare)  
ISSN-nr 14018438  
EO Print, Stockholm, 2004  
Form och layout: Odelius New Media, #2938

## Förord

Rapporten du håller i handen ger en bild av konkurrensläget i svensk ekonomi 2004. "Konkurrensen i Sverige 2004" är den tredje skriften som beskriver konkurrensläget i ett antal branscher. I årets rapport har vi valt ett tiotal branscher inom sju områden som på olika sätt har varit aktuella i Konkurrensverkets verksamhet under 2003 och första halvåret 2004. Rapporten ger således inte någon fullständig beskrivning av konkurrensen i svensk ekonomi.

Vi tror och hoppas att rapporten kommer att väcka intresse och leda till frågor och debatt och att den i en förlängning kan bidra till det som är Konkurrensverkets vision: Välfärd genom väl fungerande marknader.

Claes Norgren  
Generaldirektör

## Innehåll

## Innehåll

<b>Rapportens innehåll och struktur</b>	6	Nya personbilar	32
<b>Inledande ord</b>	7	Begagnade personbilar	33
<b>Inledning</b>	8	Service och reparationer	33
Varför är konkurrens viktigt?	8	Auktorisationen av verkstäder förändras	35
Konkurrensen i Sverige 2004	8	<b>Transport</b>	37
<b>Att verka för ökad konkurrens</b>	9	<b>Ökad konkurrens på flygmarknaden</b>	38
Konkurrenslagen och begreppet relevant marknad	9	Sjunkande flygpriser och tendens till fler passagerare	38
Nya konkurrensregler 2004	11	Lågprisbolagens roll i Sverige	40
Branscher i fokus	12	Inträdeshinder på flygmarknaden	40
<b>Pris och koncentrationsmått</b>	15	Konkurrensmyndigheternas problem	42
<b>Prisnivå och konkurrenstryck</b>	16	<b>Frånvaron av konkurrens på lönsamma persontrafiksträckor ett konkurrensproblem</b>	43
<b>Företagskoncentration och inträdeshinder</b>	17	Hög koncentration i gods- och persontrafiken	43
Livsmedel och detaljhandel	18	<b>Elektronisk kommunikation</b>	47
Bygg och anläggning	20	<b>Nytt regelverk på marknaden för elektronisk kommunikation</b>	48
Regelreformerade marknader	20	Fast telefoni	48
Finanssektorn	21	Mobil telefoni	52
Importkonkurrens	21	Internettjänster	54
Konsumentrörlighet	22	<b>Finansiell verksamhet</b>	55
<b>Slutsatser</b>	23	<b>Finanssektorn – en sektor i förändring</b>	56
<b>Detaljhandel</b>	25	Kreditgivande institut	56
<b>Hög koncentration på dagligvarumarknaden</b>	26	Fond- och försäkringsbolag	60
Hög koncentration och vertikal integration	26	Värdepappersbolag	60
Butiksstruktur	28	Konsumentperspektivet	61
Andelen egna märkesvaror ökar	30	Harmonisering inom EU	61
<b>Privatimporten av nya bilar är fortfarande liten</b>	32		

<b>El och gas</b>	63	<b>Tillträdesreglering</b>	89
Den nordiska elhandeln viktig för prisbildningen på el i Sverige	64	Tillträdesreglering	90
Produktion	64	Ställningstaganden vid tillträdesreglering	90
Nätverksamhet	67	Marknader med en infrastrukturägare (envägstillträde)	91
Elhandel	67	Marknader med flera infrastrukturägare (tvåvägstillträde)	94
<b>Bygg och anläggning</b>	71	Avslutande synpunkter	95
Bygg och anläggning	72	<b>Branschorganisationer i Sverige</b>	97
Husbyggnad	72	Branschorganisationer	98
Anläggning	74	Branschorganisationer i Sverige	99
Byggmaterial	74	Branschorganisationernas verksamhet	99
Uppmärksamhet kring konkurrensproblem i bygg- och anläggningssektorn	74	Informationsverksamhet	99
<b>Skogsbruk</b>	77	Lobbying	100
Kontroll över råvaran – centralt i skogsbranschen	78	Standardisering och utbytbarhet	101
Skogssektorn har flera egenskaper som underlättar samordning	78	Forskning och utveckling, FoU	101
Skogsägandet	78	Utbildning och rådgivning	102
Sågverksindustrin	80	Branschorganisationernas inverkan på konkurrensen	103
Massa och papper	81	<b>Sammanfattande slutsatser</b>	105
<b>Offentlig upphandling</b>	83	<b>Källor</b>	110
Offentlig upphandling	84		
Regler	84		
Etablerings- och konkurrenshinder	84		
Otillåten direktupphandling	85		
Samordning av inköp och ramavtal	85		
Avbruten upphandling	87		

## Rapportens innehåll och struktur

### RAPPORTENS INNEHÅLL OCH STRUKTUR

Syftet med "Konkurrensen i Sverige 2004" är att ge en ögonblicksbild av konkurrensläget i ett antal sektorer i svensk ekonomi. Vi vill belysa konkurrensproblem som finns i dag och beskriva vad som har inträffat under den period som rapporten omfattar.

Vi har valt ut ett antal branscher som på olika sätt har varit aktuella under 2003 och första halvåret 2004 och gett korta beskrivningar av dem med fokus på konkurrensfrågor. De sektorer som behandlas i rapporten är framför allt sådana som ofta har förekommit i Konkurrensverkets verksamhet och i de tips och klagomål som har inkommit till verket. Rapporten ger således ingen helhetsbild av svensk ekonomi, utan vi gör nedslag i branscher som inte nödvändigtvis är representativa för hela Sveriges ekonomi. De sektorer som berörs i rapporten omfattar cirka en fjärdedel av Sveriges bruttonationalprodukt (BNP).

I branschbeskrivningarna har vi huvudsakligen fokuserat på de faktorer som vi studerar vid tillämpning av konkurrenslagen, såsom grad av koncentration, inträdes hinder och hinder för handel. I rapporten definieras branscher och sektorer på ett sätt som vi har uppfattat som allmänt accepterat av aktörer på marknaderna. När vi i rapporten använder begreppen "marknader", "branscher" och "marknadsandelar" innebär detta inte i något fall att Konkurrensverket tagit ställning till vad som kan anses utgöra en relevant marknad i konkurrensrättslig mening.

En konkurrensrättslig marknadsavgränsning innebär att Konkurrensverket utifrån ett aktuellt ärende bedömer hur konsumenterna uppfattar marknaden i två dimensioner: i produkthänseende och i geografiskt hänseende. Genom att analysera vilka varor och tjänster som kunderna uppfattar som utbytbara och inom vilket geografiskt område som varorna eller tjänsterna erbjuds, kan Konkurrensverket

bestämna den s.k. relevanta marknaden. Utifrån den avgränsningen studerar verket hur stora aktörerna på marknaderna är och om något eller några företag kan anses vara dominerande i en konkurrensrättslig mening. En avgränsning av relevant marknad utgår från en specifik situation och kräver ingående analys av faktorer som konsumenters beteende och produkternas egenskaper.

En sektor eller bransch, så som den beskrivs i "Konkurrensen i Sverige 2004", kan rymma flera relevanta marknader. Att analysera konkurrensläget i sektorn som helhet kräver en analys av dess delmarknader. Utöver branschbeskrivningarna innehåller rapporten några faktarutor som behandlar Konkurrensverkets ärenden och ekonomiska fenomen som vi möter i vår verksamhet. Dessutom omfattar rapporten tre temakapitel, om branschorganisationer, om tillträdesreglering och om offentlig upphandling, som belyser svensk ekonomi ur en annan vinkel än den traditionella branschindelningen.

Det som har varit viktigt för oss när vi har skrivit rapporten är att ge korta och lättillgängliga beskrivningar av frågor som ibland är ganska komplexa. Därför gör vi inte anspråk på att vara heltäckande, utan ger i stället förslag på litteratur för den som vill fördjupa sig i ämnet.

Utredare från flera av verkets avdelningar har deltagit i arbetet genom att dela med sig av sin branschkunskap och förse projektgruppen med underlag. Dessutom har Econ Analys AB utfört en undersökning om branschorganisationer. Från Konkurrensverket har Arvid Nilsson skrivit avsnittet om simuleringar, Niklas Strand om underprissättning, Per-Arne Sundbom om offentlig upphandling och Mikael Ingemarsson om tillträdesreglering. Övriga avsnitt är skrivna av projektgruppen som har bestått av Anna Norberg och Mats Bergman med Helen Jakobsson som projektledare.

## Inledande ord



## Inledande ord

# Inledning

En central fråga i dag och inför framtiden är hur de ekonomiska resurserna ska räcka till för att finansiera välfärdstjänster, samtidigt som ett utrymme lämnas för ökade reallöner. I ett långsiktigt perspektiv förväntas den demografiska utvecklingen medföra att en krympande andel av befolkningen är i yrkesaktiv ålder, vilket kommer att göra det svårare att tillgodose efterfrågan på välfärdstjänster. Välfärden förutsätter att vi har resurser att fördela och ekonomisk tillväxt spelar här en nyckelroll. Utan tillväxt finns det inga nya resurser att fördela t.ex. inom sjukvård och utbildning. Det gör att tillväxt, både när det gäller produktivitetsoökningar och ökad sysselsättning, är en förutsättning för att klara de offentliga utgifterna i framtiden.

### VARFÖR ÄR KONKURRENS VIKTIGT?

Att skapa fungerande konkurrens på marknader är i sin tur ett medel för att öka produktiviteten. Väl fungerande konkurrens leder till en effektiv resursfördelning i samhället; företagen stimuleras att sänka sina kostnader och öka den interna effektiviteten. För konsumenterna blir det tydligt att företagen konkurrerar genom lägre priser, ett mer varierat utbud av varor och tjänster och en generell anpassning till konsumenternas behov. Konkurrensen leder till ett förändringstryck som främjar tillväxt och innovationer, vilket gynnar såväl samhälls-ekonomi som konsumenterna.

Konkurrensen bidrar till att trygga välfärden på två sätt. Dels ökar resurserna i ekonomin, vilket gör det lättare att finansiera välfärden, dels blir produktionen av välfärden mer resurseffektiv, vilket gör att det krävs mindre resurser för samma mängd produk-

tion. Åtgärder som syftar till att öka graden av konkurrens och den konkurrensutsatta delen av ekonomin är därför mycket viktiga medel för att trygga den framtida välfärden.

### KONKURRENSEN I SVERIGE 2004

Det finns en del indikationer på att konkurrensen i Sverige inte fungerar riktigt så väl som den borde. Den svenska prisnivån ligger över genomsnittet för Europeiska Unionen (EU), vilket bara delvis kan förklaras av löne- och skattenivåer. Konkurrensverket har i en serie rapporter analyserat i vilken utsträckning den höga prisnivån beror på dålig konkurrens. Även om det är svårt att med exakthet besvara den frågan, så är den entydiga slutsatsen att ökad konkurrens leder till lägre priser, ökad mångfald och konsumentnytta.

Många delar av det svenska näringslivet präglas av en relativt hög koncentrationsgrad. Trots de senaste årens regelreformer för ökad konkurrens, trots medlemskapet i EU och trots att den svenska ekonomin blir allt mer integrerad med omvärlden, kvarstår viktiga inträdes hinder på många marknader. I kombination med den svenska ekonomins relativa litenhet kan inträdes hinder leda till hög koncentrationsgrad och en dåligt fungerande konkurrens.

Mot denna bakgrund beskriver och analyserar "Konkurrensen i Sverige 2004" ett antal sektorer där det finns indikationer på konkurrensproblem. Urvalet av sektorer för en studie av den här typen kan göras på många olika sätt. Vi har valt att utgå från branschprofilen på Konkurrensverkets ärenden och på de tips och klagomål som inkommer från allmänheten (se diagram 4). De utvalda branscherna svarar

tillsammans för ca 60 procent av de inkomna tipsen/klagomålen och för ca 70 procent av de beslut verket fattat med direkt inverkan på näringslivet. Tillsammans svarar de studerade sektorerna för ungefär en fjärdedel av BNP.

Den här rapporten innehåller inga direkta förslag till konkurrensförbättrande åtgärder, utan fokuserar på analys och problembaserade beskrivningar.

## Att verka för ökad konkurrens

Konkurrensverkets medel för att öka konkurrensen är i första hand tillämpning av konkurrenslagen. Den 1 maj 2004 införde EU ett antal regelförändringar inom konkurrensområdet i syfte att skapa en mer decentraliserad tillämpning av EG:s konkurrensregler och en mer effektiv konkurrenskontroll på den inre marknaden. Vid sidan av tillämpning av det konkurrensrättsliga regelverket ger Konkursverket förslag på regeländringar och andra åtgärder, dels genom remissyttranden och dels genom Konkursverkets mer heltäckande branschspecifika rapporter.

Konkurrens skapar effektiva marknader, till nytta för både konsumenter och företagare. Men marknader är sällan perfekta utan

behöver spelregler för att fungera. Konkurspolitikens syfte är inte att hindra företag från att växa, utan snarare att se till att tillväxten inte sker på bekostnad av andra företags tillväxtpotential. Ett viktigt mål är att stärka konsumentens ställning på marknaden.

### KONKURRENSLAGEN OCH BEGREPPET RELEVANT MARKNAD

Konkurrensreglernas och konkurrensmyndigheternas syfte är att öka konsumentnyttan och marknadens effektivitet genom att motverka konkurrensbegränsande beteenden. När det gäller företagsarbeten inriktar sig därför regelverket på sådana som är konkurrensbegränsande till sin natur och där nackdelarna av konkurrensbegränsningen överväger andra eventuella ekonomiska eller samhälleliga fördelar. I konkurrenslagen (6 §, vilken motsvaras av artikel 81 i EG-fördraget) ges exempel på otillåtna konkurrensbegränsande arbeten.

## Inledande ord

Samarbeten med konkurrensbegränsande inslag kan ibland vara tillåtna, om de är till nytta för samhället och konsumenterna, men vissa särskilt allvarliga former av samarbeten är i princip alltid otillåtna. Klassiska exempel på otillåtna samarbeten är pris- och anbudskarteller, marknadsuppdelning och begränsning av produktion.

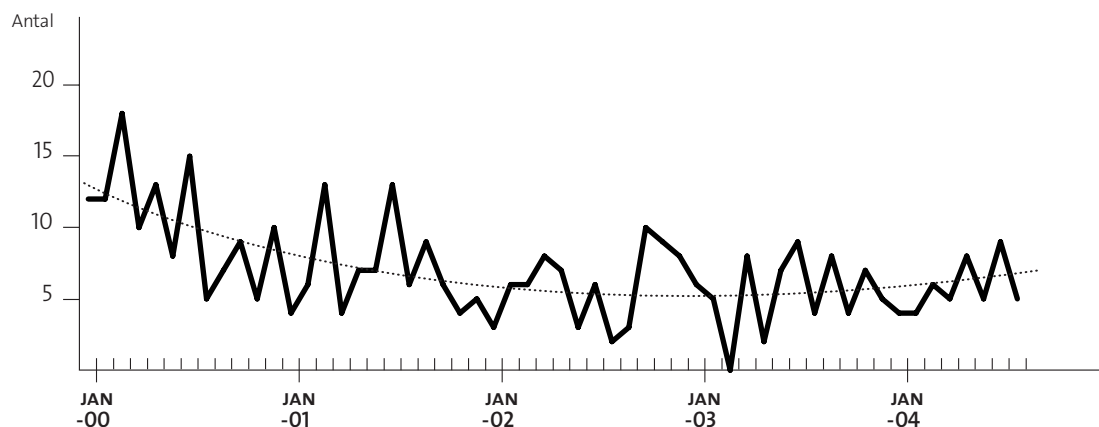
Med dominerande ställning menas att ett företag har en påtagligt hög grad av marknadsstyrka. Det är visserligen inte olagligt att inneha en dominerande ställning eller rent av vara helt ensam på en marknad, men däremot är det förbjudet att missbruka en sådan marknadsstyrka. I konkurrenslagen (19 §) ges exempel på vad som kan utgöra missbruk. Paragrafen motsvaras av artikel 82 i EG-fördraget.

Förvärv och andra företagsammanslagningar, s.k. koncentrationer, är en viktig del av strukturomvandlingen i en ekonomi. I vissa fall kan koncentrationerna däremot ha negativa effekter för konsumenterna, nämligen om

de leder till väsentligt minskad konkurrens. En företagskoncentration, som inte har s.k. gemenskapsdimension och därmed avgörs av Europeiska kommissionen, ska enligt konkurrenslagen anmälas till Konkurrensverket om de berörda företagen tillsammans har en årsomsättning som överstiger fyra miljarder kronor och minst två av de berörda företagen har en årsomsättning som överstiger 100 miljoner kronor för vart och ett av företagen.

I det fall en koncentration skapar eller förstärker en dominerande ställning och detta väsentligt hämmar konkurrensen på den relevanta marknaden kan Konkurrensverket väcka talan hos Stockholms tingsrätt om att koncentrationen ska förbjudas. Det är emellertid ovanligt att planerade förvärv går så långt som till tingsrätten, eftersom de allra flesta förvärv bedöms som harmlösa eller gynnsamma. I de fåtal fall där Konkurrensverket avser att gå emot en koncentration är det dessutom vanligt att företagen självmant avstår från ett samgående.

**DIAGRAM 1: Antal anmälda företagskoncentrationer per månad till Konkurrensverket, januari 2000–augusti 2004**



Källa: Konkurrensverket.

Koncentrationer följer i viss mån konjunkturutvecklingen, så tillvida att de tenderar att minska i antal under lågkonjunkturer och öka i antal när konjunkturen vänder uppåt. Av den anledningen är det troligt att antalet anmälda koncentrationer kommer att öka den närmaste tiden. Anmälningarna tenderar även att fluktueras systematiskt över året, med toppar inför halvårsskiftena.

För att avgöra om en koncentration skapar eller förstärker en dominerande ställning som riskerar att väsentligt hämma en effektiv konkurrens, måste verket bedöma på vilken marknad företagen i koncentrationen verkar (avgränsning av relevant marknad). Först därefter är det möjligt att bedöma om en dominerande ställning skapas eller förstärks (s.k. dominantest) samt göra en uppskattning av hur konkurrensen påverkas av koncentrationen (s.k. konkurrenstest).

Vid avgränsning av relevant marknad gör Konkursverket i varje enskilt fall en bedömning av dels relevant produktmarknad, dels relevant geografisk marknad. Den relevanta produktmarknaden omfattar alla varor eller tjänster som på grund av sina egenskaper, sitt pris och den tilltänkta användningen av konsumenterna/kunderna betraktas som utbytbara. På motsvarande sätt omfattar den relevanta geografiska marknaden det område inom vilket de berörda företagen tillhandahåller de relevanta varorna eller tjänsterna inom vilket konkurrensvillkoren är tillräckligt likartade. För denna analys är det ofta aktuellt att begära in information från parterna.

#### NYA KONKURRENSREGLER 2004

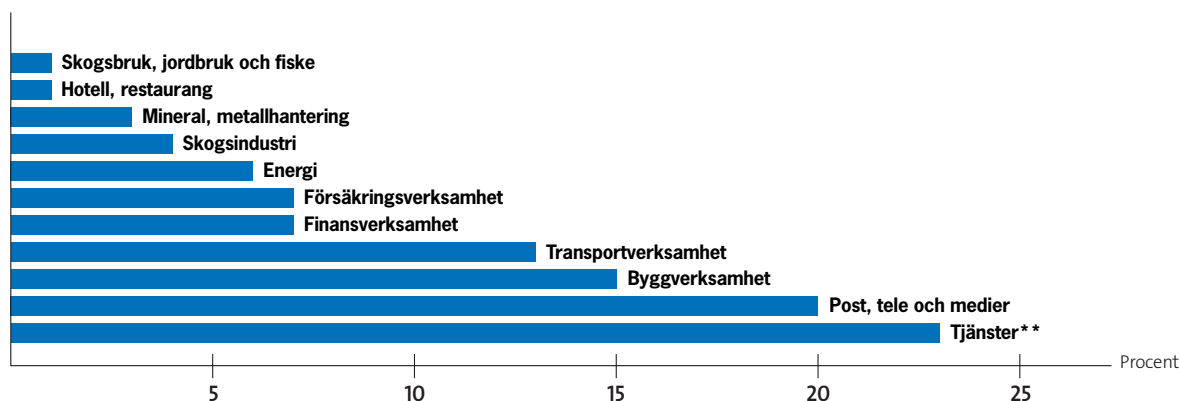
Många företag är verksamma i flera länder. För en mer decentraliserad tillämpning av EG:s konkurrensregler och för en effektivare konkurrenskontroll införde EU den 1 maj 2004 ett antal regeländringar inom konkurrensområdet.

Regeländringarna innebär bl.a. att de nationella konkurrensmyndigheterna ska tillämpa EG:s konkurrensregler om ett förfarande påverkar samhandeln mellan medlemsstaterna. Nedan sammanfattas andra viktiga förändringar.

- Icke-ingripandebesked eller undantag: Möjligheten att ge förhandsbesked om huruvida ett samarbete eller förfarande är förenligt med konkurrensreglerna har tagits bort ur EG-rätten och även ur svensk lagstiftning. Företagen måste nu själva avgöra om samarbetet står i strid med det konkurrensrättsliga regelverket.
- Informationsinsamling: Som tidigare kan Konkursverket samla in information och bevis åt Europeiska kommissionen exempelvis genom s.k. gryningsräder. En nyhet är att Konkursverket nu också kan göra detta åt konkurrensmyndigheter i andra EU-medlemsstater.
- Nätverk: EU:s konkurrensmyndigheter har tillsammans skapat ett nätverk, European Competition Network (ECN). Inom nätverket kan myndigheterna fritt utbyta hemlig information om överträdelser av EG-fördragets konkurrensregler. Ett system för att fördela ärenden mellan myndigheter har också skapats. Om ett förfarande har effekt i flera medlemsstater ska den eller de konkurrensmyndigheter som är lämpade handlägga ärendet. Är fler än tre medlemsstater berörda är den Europeiska kommissionen alltid lämpad.
- Ny koncentrationsförordning: I koncentrationsärenden som prövas av Europeiska kommissionen ges numera effekten av koncentrationen en större betydelse vid bedömningen (medan graden av dominans har fått mindre betydelse). Den nya förordningen innehåller också vissa andra ändringar vid prövningar av företagskoncentrationer, t.ex. ändringar av tidsfrister.

## Inledande ord

**DIAGRAM 2: Branscher som under 2003 berörts av verkets beslut baserade på konkurrenslagen, andel i procent \***



Källa: Konkurrensverket

\*) Statistiken baseras på de av Konkurrensverkets ärenden som klassificerats branschspecifikt, vilket motsvarar ungefär hälften av Konkurrensverkets alla ärenden.

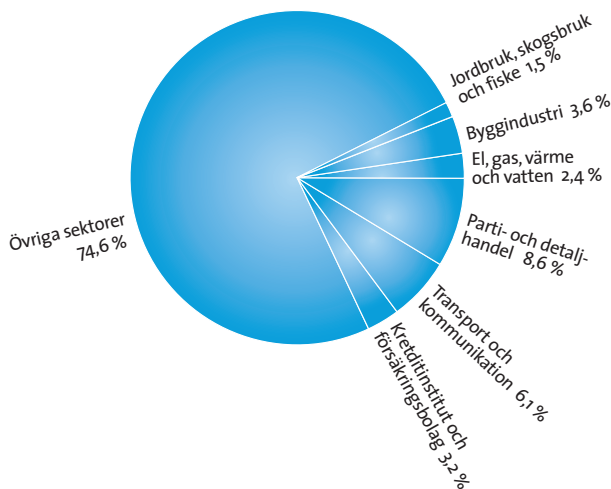
\*\*) Här avses fastighetsförvaltning/fastighetsservice, data/IT-tjänster, advokatuppdrag m.m. (Konkurrensverkets årsredovisning 2003).

## BRANSCHER I FOKUS

Att tillämpa det konkurrensrättsliga regelverket är kanske det tydligaste sättet som Konkurrensverket arbetar på för förbättrad konkurrens, t.ex. vid prövningar av förvärv och utredningar av misstänkta överträdelser av lagen. Konkurrensverket bidrar emellertid även till att förändra villkoren för konkurrensen i svensk ekonomi genom att föreslå regeländringar och andra åtgärder. Dessa förslag presenteras i remissyttranden över betänkanden från offentliga utredningar, i yttranden över andra myndigheters rapporter eller i Konkurrensverkets mer heltäckande branschspecifika rapporter.

Överträdelser eller misstankar om överträdelse av något av förbuden i konkurrenslagen kommer ofta till Konkurrensverkets kännedom genom tips och klagomål från företag eller

**DIAGRAM 3: Branscher som berörs i denna rapport, andelar av bruttonationalprodukten (BNP), %**



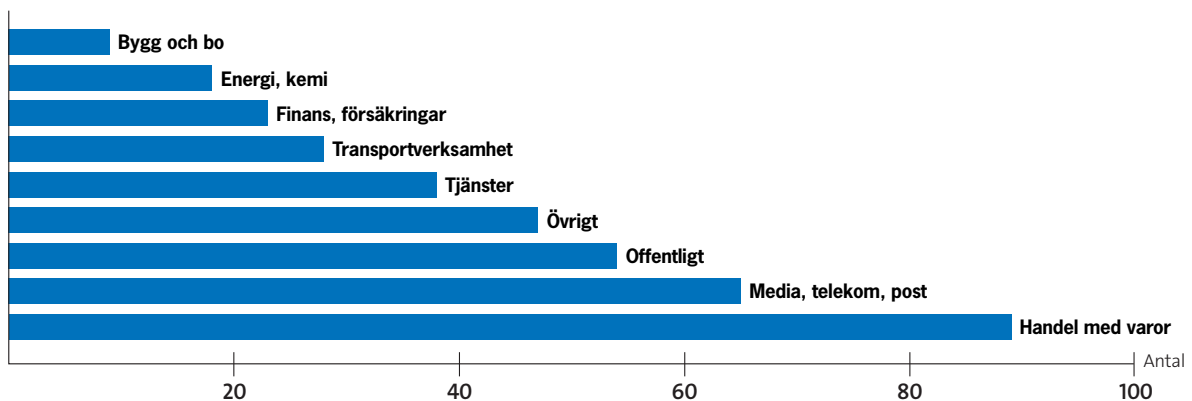
De sektorer som berörs i denna rapport omfattar cirka en fjärdedel av Sveriges BNP. Källa: SCB.

privatpersoner. Under 2003 fick verket totalt in 556 tips, varav en femtedel rörde telekommunikation. Framför allt verkar priserna på ADSL-produkter och den, i mångas ögon, dåliga tillgången på bredband ha påverkat inströmningen av tips och klagomål. En annan bransch med många klagomål under 2003 var energibranschen.

Antalet klagomål rörande massmedier och telekommunikation var relativt stort också för-

sta halvåret 2004, även om klagomålen rörande handel med varor var mest frekventa (nära en fjärdedel av alla tips och klagomål). Inte sällan har problemen gällt tillämpningen av cirka-prislistor. Antalet klagomål på den offentliga sektorn och offentliga aktörers agerande vid offentliga upphandlingar var också relativt högt under första halvåret 2004.

**DIAGRAM 4: Antal tips och klagomål, fördelade på branscher, kvartal 1 och 2, 2004**



Läs mer om dessa branscher i respektive avsnitt. Källa: Konkurrensverket.



## Pris och koncentrationsmått



## Pris och koncentrationsmått

## Prisnivå och konkurrenstryck

Prisnivån i en ekonomi kan ge signaler om graden av konkurrens. Exempelvis leder en hög marknadskoncentration till att ett fåtal aktörer kan hålla upp prisnivån till nackdel för konsumenterna.

Mot denna bakgrund är det av intresse att följa upp hur den svenska prisnivån förhåller sig till priserna i andra länder och i vad mån detta kan ge information om konkurrenstrycket i den svenska ekonomin.

Olika undersökningar visar att Sverige har en förhållandevis hög prisnivå för olika varor och tjänster.<sup>1</sup> I tabellen nedan redovisas prisnivåer för BNP i ett urval av länder (EU15) mellan åren 1997 och 2003. Prisnivån är uttryckt som en index och har beräknats som kvoten av köpkraftspariteten och den nominella växelkursen.<sup>2</sup> Uppgifterna har hämtats från Eurostat. Enkelt uttryckt visar tabellen hur höga kostnaderna för konsumtion och investeringar är i ett land i förhållande till genomsnittet inom EU.

**TABELL 1. Prisnivåindex för bruttonationalprodukten (BNP) i ett urval av länder, 1997–2003\* (EU15 = 100)**

	1997	1998	1999	2000	2001	2002p	2003n
Norge	126	122	121	121	125	136	130
Danmark	127	126	124	123	123	126	127
Sverige	120	118	116	118	111	114	116
Finland	108	107	107	107	107	110	112
Irland	97	97	101	104	108	110	114
Storbritannien	100	104	107	113	110	108	101
Tyskland	111	111	110	107	107	107	107
Nederländerna	100	100	101	101	101	103	105
Österrike	103	103	102	100	101	102	103
Italien	90	88	88	88	90	92	94
Frankrike	103	102	101	100	99	99	100
Belgien	102	102	103	100	99	98	99
Spanien	81	81	80	81	83	83	86
Portugal	71	71	71	71	72	73	75
Grekland	78	76	78	75	76	76	78

Källa: Eurostat, *Economy and finance – Statistics in focus 37, 2004*.

\*) Uppgifterna för 2002 är preliminära. Uppgifterna för 2003 är prognoser baserade på preliminära uppgifter ("nowcast").

Av tabellen framgår att Sverige haft en prisnivå för de varor och tjänster som ingår i BNP som legat betydligt över genomsnittet inom EU. Vid en jämförelse med exempelvis Danmark framstår dock inte Sverige som dyrt.

Det finns flera faktorer, bl.a. makroekonomiska, som påverkar den relativa prisnivån i ett land. Länder med en högre BNP per capita, dvs. rikare länder, har som regel högre prisnivåer. Högre arbetskraftskostnader resulterar också i högre priser liksom högre skatter. En annan betydelsefull faktor är växelkursen.

Om valutan i ett land är övervärderad leder detta till att landets prisnivå relativt andra länder är högre än vad den skulle vara om valutakursen var i jämvikt.

Sveriges glesa befolkningsstruktur och geografiska belägenhet kan också vara en orsak till vår höga prisnivå. Sverige är ett avlångt och glest befolkat land med långa transporter mellan leverantörer och konsumenter. Enligt en studie kan skillnader i transportkostnader mellan EU-länderna dock förklara högst någon procentenhet av prisnivåskillnaderna för livsmedel mellan Sverige och EU-genomsnittet.<sup>3</sup>

Det torde gälla också för andra varor.

Slutsatsen av de analyser som Konkurrensverket utfört är att de nyss nämnda faktorerna inte förklarar hela prisskillnaden mellan Sverige och EU. En betydande del av den högre svenska prisnivån kan visserligen förklaras med faktorer som nationalinkomst, arbetskraftskostnader, skatter, konsumtionsmönster och växelkursförändringar. En del av den resterande skillnaden betingas dock, enligt Konkurrensverkets bedömning, av bristande konkurrens i Sverige. En ökad konkurrens skulle leda till lägre priser.

Att det finns ett betydande utrymme för prissänkningar för exempelvis dagligvaror framgår av de stora regionala skillnader som uppmätts. Det är väl dokumenterat att prisnivån för dagligvaror är låg framför allt i västra Sverige. Samtidigt är löner, skatter och övriga förhållanden inom dagligvarusektorn i stort sett desamma i hela landet. Med andra ord borde det finnas förutsättningar för prissänkningar inom andra delar av Sverige.

## Företagskoncentration och inträdeshinder

Graden av koncentration på en marknad kan mätas med en rad olika mått. Ett vanligt förekommande mått är de fyra största företagens andel av marknaden (CR4). Ett annat mått är Hirschman-Herfindahl-index (HHI) som beräknas som summan av företagens kvadre-

rade marknadsandelar. Talet antar sitt största värde då det råder monopol, dvs. då ett företag svarar för 100 procent av marknaden. I detta fall blir HHI lika med 10 000.

Ofta används olika mått för marknadskoncentration för att ge en indikation på kon-

## Pris och koncentrationsmått

kurrenstrycket på en marknad. Ett litet antal företag på en marknad innebär normalt sämre konkurrens. Empiriska studier visar att utfallet på marknaden – i form av lägre priser och större produktion – blir bättre när antalet företag ökar. En hög marknadskoncentration gör det lättare för företagen att begränsa konkurrensen genom exempelvis prissamarbete eller marknadsdelning. Om antalet företag är litet och företagens efterfråge- och kostnadssamband uppvisar stora likheter är argumenten starka för att företagen skulle kunna begränsa konkurrensen och enas om ett pris som ligger nära det som skulle råda under monopol.<sup>4</sup> Det kan exempelvis gälla mogna marknader med homogena produkter som cement, asfalt och petroleum.

I vissa situationer fungerar konkurrensen sämre än vad marknadens koncentrationsgrad ger anledning att förmoda, nämligen då företagen på marknaden koordinerar sitt beteende genom tyst eller uttalat samarbete, dvs. kartellbildning. En förutsättning för att en kartell ska kunna vara i kraft över tiden är att företag kan bevaka (och på olika sätt bestraffa) varandra för att säkerställa att överenskommelsen följs. Eftersom det är lättare att upptäcka prissänkningar på en marknad som består av ett litet antal företag, finns det mycket som talar för att ett konkurrensbegränsande samarbete kan vara i kraft under en lång tidsperiod på en sådan marknad. Om inträdeshindren på marknaden är betydande underlättas samverkan. Det finns starka misstankar om att allvarliga överträdelser av konkurrenslagen har ägt rum inom bl.a. delar av petroleum- samt bygg- och anläggningsbranschen. Dessa branscher kännetecknas av betydande inträdeshinder.

Inträdeshinder kan förstärkas av specifika förutsättningar i olika branscher, flaskhalsar som kontrollen av infrastruktur ger upphov till, handelshinder och inhemska regleringar.

Att detta är fallet framgår av sektorbeskrivningarna i denna rapport.

För att ge en översiktlig bild av den långsiktiga utvecklingen av konkurrenstrycket i den svenska ekonomin redovisas i tabell 2 koncentrationen i ett urval av branscher för åren 1993, 1997 och 2002.<sup>5</sup> De valda branscherna har förhållandevis stor omsättning.<sup>6</sup> Importen har inte beaktats i beräkningarna, vilket innebär en överskattning av koncentrationen. För flera av de branscher som redovisas gäller dock att importkonkurrensen är obetydlig. Det beror bl.a. på att de varor som tillhandahålls är omgärdade av standard- och specifikationskrav som i praktiken fungerar som handelshinder, har höga transportkostnader eller är olämpliga för längre transporter. Det finns också tjänster som i praktiken inte kan utsättas för importkonkurrens.

För vissa av de redovisade branscherna kan konstateras att koncentrationsmättet HHI har genomgått relativt stora förändringar. För 15 branscher har HHI ökat medan det har minskat i 16 branscher. Nedan kommenteras några branscher närmare.

### LIVSMEDEL OCH DETALJHANDEL

Inom sockerindustrin, som kännetecknas av mycket hög koncentration, anger industristatistiken att det fanns tre företag 2002. Det största företaget, Danisco, har dock en sådan position på marknaden att det bör betraktas som ett monopol.

I gruppen livsmedelsbutiker med brett sortiment ingår inte varuhus och stormarknader. Som framgår av sektorbeskrivningen för detaljhandeln är det tre kedjor som dominerar dagligvarumarknaden. Störst är Ica med uppemot 1 800 anslutna butiker (företag). I likhet med vad som gäller för gruppen elverk underskattas koncentrationen för gruppen livsmedelsbutiker.

**TABELL 2. Långsiktig utveckling av koncentrationen i Sverige i olika branscher, HHI för åren 1993, 1997 och 2002 samt förändring av HHI i antal enheter mellan 1993 och 2002\***

SNI-kod	Bransch	HHI 1993	HHI 1997	HHI 2002	Förändring av HHI
02011	Skogsägare	4 169	2 128	2 090	-2 079
02013	Skogsavverkning	5 424	1 327	1 570	-3 854
15111	Kreatursslakterier	1 539	2 271	4 760	3 221
15512	Annan mejerivaruindustri	4 219	4 052	2 390	-1 829
15810	Bagerier	48	490	480	432
15830	Sockerindustri	10 000	10 000	9 610	-390
15960	Ölbryggerier	3 751	2 857	5 310	1 559
15980	Mineralvatten och läskedrycker	7 503	7 819	5 000	-2 503
20101	Sågverk	157	230	140	-17
21121	Tidnings- och journalpappersindustri	2 782	2 853	3 970	1 188
22121	Dagstidningsförlag	422	424	430	8
22222	Boktryckerier	83	64	100	17
23200	Petroleumraffinaderier	2 126	2 086	2 640	514
24150	Industri för gödselmedel och kväveprodukter	8 743	8 769	9 610	867
24420	Läkemedelsindustri	4 677	4 856	1 960	-2 717
26510	Cementindustri	9 410	9 390	9 030	-380
28520	Verkstäder för metallegoarbeten	24	16	30	6
32200	Industri för radio- och tv-sändare, trådtelefoni m.m.	3 204	1 719	2 430	-774
34100	Motorfordonsindustri	1 820	1 768	1 550	-270
40100	Elverk	486	309	390	-96
45211	Husbyggnadsentreprenörer	437	512	550	113
45230	Väg- och markanläggnings- entreprenörer	1 738	2 512	850	-888
45310	Elinstallationsfirmor	164	158	130	-34
50201	Bilserviceverkstäder, ej specialiserade	71	75	190	119
50500	Bensinstationer	166	337	1 230	1 064
52112	Livsmedelsbutiker med brett sortiment	62	547	450	388
60100	Järnvägsbolag	8 334	8 976	3 760	-4 574
62100	Linjeflygbolag	3 309	3 930	4 200	891
64201	Nät driftsstationer	5 575	1 734	1 250	-4 325
65120	Affärs-, spar- och föreningsbanker	1 511	1 338	2 230	719
65220	Andra finansiella bolag	835	1 332	650	-185

Källa: SCB.

\*) Hirschman-Herfindahl index (HHI) beräknas som summan av företagens kvadrerade marknadsandelar. Talet antar sitt största värde när det råder monopol, dvs. när ett enda företag svarar för 100 procent av en viss marknad. I det fallet antar HHI värdet 10 000.

## Pris och koncentrationsmått

### KONCENTRATIONEN INOM BRYGGERINÄRINGEN

För branscherna mineralvatten och läskedrycker samt ölbryggerier har uppmätts relativt stora förändringar. Koncentrationen uttryckt som HHI minskade för den förstnämnda branschen med ca 2 500 enheter under perioden 1993–2003 och med drygt 2 800 enheter mellan åren 1997 och 2003. Dessa förändringar sammanhänger med att Carlsberg vid förvärvet av Pripps Ringnes 2000 bl.a. åtog sig att avbryta samarbetet med The Coca-Cola Company, vilket innebar att detta företag, som svarar för en stor del av läskedrycksförsäljningen i Sverige, räknas separat i industristatistiken. Genom nämnda förvärv ökade emellertid koncentrationen bland ölbryggerier. Här spelar dock importkonkurrensen en roll. Importens andel av ölkonsumtionen kan beräknas uppgå till uppemot 20 procent på den svenska marknaden. Därmed ger ovan angivna koncentrationsmått en överdriven bild av koncentrationen i branschen, även om den trots befintlig importkonkurrens är förhållandevis hög.

### BYGG OCH ANLÄGGNING

Den svenska cementindustrin kan närmast beskrivas som ett monopol. Några större förändringar har inte ägt rum sedan 1993.

En låg koncentration, i form av ett lågt värde på HHI, betyder inte nödvändigtvis att konkurrensen inom branschen är god. Ett exempel på detta är branschen för husbyggnadsentreprenörer. Denna bransch bestod under de studerade åren av mellan 11 000 och 12 000 företag. Merparten av företagen var dock små. Över 90 procent av företagen hade en omsättning som uppgick till högst 9,9 miljoner kronor 2003. Som framgår av redogörelsen för bygg- och anläggningsområdet finns det endast ett fåtal rikstäckande byggföretag. Dessa är dessutom vertikalt integrerade. De små företagen i denna bransch är således inte verksamma på samma marknader som de stora företagen. Detsamma gäller för väg- och markanläggningsentreprenörer där drygt 85 procent av företagen hade en omsättning som uppgick till högst 9,9 miljoner kronor 2003.

### REGELREFORMERADE MARKNADER

I tabellen ovan ingår sektorer som liberaliserats och öppnats för konkurrens under den senaste tioårsperioden. Bruttoproduktionen inom dessa branscher utgör uppskattningsvis omkring tio procent av BNP. Enligt statistiken har koncentrationen minskat i flera av dessa branscher. En bransch som uppvisar en betydande minskning av koncentrationen är nätdriftstationer (tele), vilket sammanhänger med att antalet företag ökat påtagligt sedan marknaden öppnades för konkurrens 1993. Detta har i sin tur lett till att priserna för teletjänster fallit väsentligt i Sverige de senaste åren. Prisskillnaderna mellan de nordiska länderna för olika teletjänster är dock fortfarande stora, vilket innebär att det finns utrymme för fortsatta prissänkningar.<sup>7</sup>

Gruppen elverk utgörs av företag inom såväl produktion och transmission som distribution och försäljning av el. Utvecklingen av antalet företag och därmed även koncentrationen har påverkats av att regelreformen av elmarknaden 1996 innebar krav på att nätverksamhet inte fick bedrivas i samma företag som produktion av eller handel med el. En betydande ökning av antalet företag skedde därför fr.o.m. 1996. Som framgår av sektorsbeskrivningen för el är dock koncentrationsgraden inom bl.a. produktion och försäljning av el i praktiken väsentligt högre än vad tabellen antyder.

”Ett ofta underskattat problem som uppkommit på de marknader som regelreformerats och öppnats för konkurrens är att konsumenterna inte har tillräcklig information om konkurrenter till de etablerade bolagen.”

Koncentrationen i branschen järnvägsbolag har minskat betydligt mellan åren 1997 och 2003. Det kan delvis bero på att affärsverket Statens järnvägar (SJ) förlorade ett antal viktiga anbud under 2000. En viktigare förklaring är dock att SJ bolagiserades 2001 varvid verksamheten delades upp i flera bolag. Bl.a. separerades person- och godstrafik. Detta medförde således att antalet järnvägsbolag blev fler utan att konkurrensen ökade på de separata marknaderna för person- respektive godstransporter på järnväg. Under 2003 svarade SJ AB för närmare 90 procent av långväga inrikes tågresor (över tio mil).

SJ har fortfarande ett legalt monopol på de sträckor som företaget bedömt som lönsamma. Godsmarknaden domineras av det statligt ägda bolaget Green Cargo AB som tillsammans med dotterbolaget TGOJ Trafik AB har en sammanlagd marknadsandel på ca 80 procent.

#### FINANSSEKTORN

I branschen för affärs-, spar- och föreningsbanker minskade koncentrationen mellan åren 1993 och 1997 för att sedan öka mellan 1997 och 2003. Koncentrationsminskningen mellan åren 1993 och 1997 beror på att de s.k. nischbankerna etablerades och tog marknadsandelar. Att de två storbankerna Föreningsbanken och Sparbanken Sverige fusionerade under 1997 och bildade Föreningssparbanken innebar att koncentrationen på marknaden åter ökade.

#### IMPORTKONKURRENS

En viktig tendens i den långsiktiga utvecklingen är att graden av importkonkurrens ökat. Det gäller exempelvis för delar av livsmedelsindustrin, där utländska leverantörer trätt in på marknaden och tagit stora marknadsandelar. De svenska producenterna har samtidigt gått samman i större enheter, vilket innebär att koncentrationsgraden som redovisas i tabellen

## Pris och koncentrationsmått

ovan kan visa ett skenbart försämrat konkurrenstryck.

Den ökade importkonkurrensen måste ses i ett längre och mer internationellt perspektiv. Samtidigt som marknaderna inom EU öppnas så utvidgas den inre marknaden med tio nya medlemsstater med klara implikationer för den svenska marknaden. Därutöver växer nya marknader snabbt i Ryssland, Indien och Kina. Effekterna av denna utveckling kan bli att den globala marknadstillväxten ökar samtidigt som det blir allt mer strategiskt viktigt för företagen att utnyttja dessa nya möjligheter.<sup>8</sup>

En snabb utbyggnad av produktionsapparaten i exempelvis de baltiska staterna, Ryssland och Kina kan förväntas leda till ett ökat utbuds- och konkurrenstryck vilket verkar dämpande på prisutvecklingen på lång sikt. För den svenska ekonomin innebär detta att konkurrenstrycket stärks genom ytterligare förstärkt importkonkurrens.

### KONSUMENTRÖRLIGHET

Inga marknader kan fungera väl utan aktiva och välinformerade konsumenter som har en god överblick över utbudet. Regelreformer och öppnandet av marknader för konkurrens, ny teknik, nya tjänster och branschglidningar ger nya möjligheter för konsumenterna. För att konsumenterna fullt ut ska kunna få del av de vinster som följer av ökad konkurrens är det nödvändigt att de känner till alternativen och att de känner sig motiverade att välja bland dessa.

Ett ofta underskattat problem som uppkommit på de marknader som regelreformats och öppnats för konkurrens är att konsumenterna inte har tillräcklig information om konkurrenter till de etablerade bolagen. Det kan dessutom vara tidsödande och kostsamt att samla in den information som krävs för att kunna jämföra företags priser och villkor. Den snabba tekniska utvecklingen av olika teleprodukter under de senaste 10–15 åren och den ökade tillgången till Internet har dock påtagligt förändrat marknadsförutsättningarna och minskat sökkostnaderna för konsumenterna. Genom bättre information kan rörligheten på marknaden öka, vilket i slutändan bidrar till ökad konkurrens och prispress.

## Slutsatser

Det kan konstateras att koncentrationen är hög inom flera av de branscher som redovisas i tabellen ovan. Flera branscher kännetecknas av begränsad importkonkurrens samtidigt som inträdeshindren är betydande. Sockerindustrin, industrin för gödselmedel- och kväveprodukter samt cementindustrin uppvisar mycket hög koncentration.

Branscher som uppvisar en låg koncentration, i betydelsen av att HHI är betydligt mindre än 1000, kännetecknas av att merparten av de verksamma företagen är förhållandevis små. Detta är bl.a. fallet vad gäller sågverk, verkstäder för metallegoarbeten, husbyggnadsentreprenörer, väg- och markanläggningsentreprenörer och ej specialiserade bilserviceverkstäder.

När det gäller den långsiktiga förändringen av konkurrensstrycket framgår att koncentrationen, mätt som ändring av HHI, minskat i flera branscher sedan början av 1990-talet. Det finns ett antal branscher där detta är ett uttryck för ökad konkurrens. Empiriska studier visar också att utfallet på marknaden – i form av lägre priser och större produktion – blir bättre när antalet företag ökar.

Viktiga sektorer i detta sammanhang är de branscher som regelreformerats och öppnats för konkurrens. Under de senaste 10–15 åren har koncentrationen minskat i dessa branscher. Telebranschen som helhet uppvisar en fortsatt minskning, vilket sammanhänger med att antalet företag ökat markant sedan 1993. Övriga regelreformerade branscher uppvisar inte en lika stor ökning av antalet företag.

I vissa sektorer kan en ökad koncentration noteras. Denna uppvägs dock i en del fall av en ökad importkonkurrens som bidrar till att minska inhemska företags marknadsmakt. Det gäller exempelvis fallet för ölbryggerier och andra producenter av livsmedel av olika slag. Detta har i sin tur resulterat i lägre priser för konsumenterna.

Enligt Konkurrensverkets bedömning borde det finnas förutsättningar för ytterligare prissänkningar inom flera sektorer. I sektorbeskrivningarna som följer redogörs närmare för vilka hinder som finns mot ökad konkurrens i dessa sektorer av den svenska ekonomin.



## Pris och koncentrationsmått

---

1 Se t.ex. rapporten Konkurrensen i Sverige 2002 (Konkurrensverket 2002:4).

2 Köpkraftspariteten, eller den reala växelkursen, definieras som kvoten av ett inhemskt pris i det inhemska landets valuta och ett utländskt pris i det utländska landets valuta för samma vara (eller korg av varor och tjänster). I den av EU publicerade köpkraftsstatistiken brukar den reala växelkursen vara relaterad till euro.

3 Se vidare rapporten De svenska priserna kan pressas! (Konkurrensverket 2002:5).

4 Ju större marknadsandel ett företag har desto mindre intresse har företaget av att avvika från en prisöverenskommelse, eftersom företaget i högre grad kommer att "skada sig självt" genom prissänkningen. Omvänt gäller att "skadan" för företaget av att sänka priset är mindre ju mindre marknadsandelen är.

5 Redovisningen baseras på koncentrationsmättet HHI. Koncentrationsmättet bygger på industristatistik och är följaktligen konstruerat från utbudssidan. När företag är verksamma i flera branscher hänförs de till den bransch där de bedriver sin huvudsakliga verksamhet. Detta kan få till följd att koncentrationsmättet överskattar eller underskattar den verkliga koncentrationen. Det är vidare möjligt att produkter, som från efterfrågesidan uppfattas som utbytbara, inte är inkluderade. I detta fall överskattas koncentrationen. Omvänt kan den uppmätta koncentrationen vara låg i branschen samtidigt som företag kan ha en dominerande ställning på lokala marknader. När företagen inom branschen är verksamma på olika geografiska marknader underskattas således graden av marknadsmakt. Vidare kan antalet företag ha ökat utan att detta får någon effekt på konkurrensen, exempelvis om olika divisioner inom ett företag ombildas till bolag inom en och samma koncern.

I sådana fall blir resultaten missvisande. Statistiska centralbyrån (SCB) har gjort beräkningarna. Datamaterialet härrör från uppgifter i momsdeklarationer (mervärdesskatten).

6 Merparten av de valda branscherna hade en inhemsk omsättning som var i storleksordningen tio miljarder kronor eller mer 2003. Omsättningen avser skattefri omsättning plus omräknad skattepliktig omsättning. Den skattepliktiga omsättningen har räknats fram med hjälp av redovisad utgående skatt. Exporten ingår inte i omsättningstalen.

7 Detta framgår av rapporten "Telecompetition – Towards a single Nordic market for telecommunication services?", utarbetad av de nordiska konkurrensmyndigheterna (2004).

8 Se rapporten Growth and Development, The Path to 2050, Goldman Sachs (2004).

## Detaljhandel

## Detaljhandel

# Hög koncentration på dagligvarumarknaden

De svenska livsmedelspriserna är fortfarande höga i ett internationellt perspektiv och konkurrensen i dagligvaruhandeln är otillräcklig, även om en viss skärpning skett bl.a. genom etablering av stora lågpriskedjor. Blockbildningen är fortfarande väsentlig i såväl grossist- som detaljhandelsledet och inträdeshindren betydande. Tillämpningen av plan- och bygglagen är ett av de mer väsentliga inträdeshindren för aktörer som vill etablera butiker.

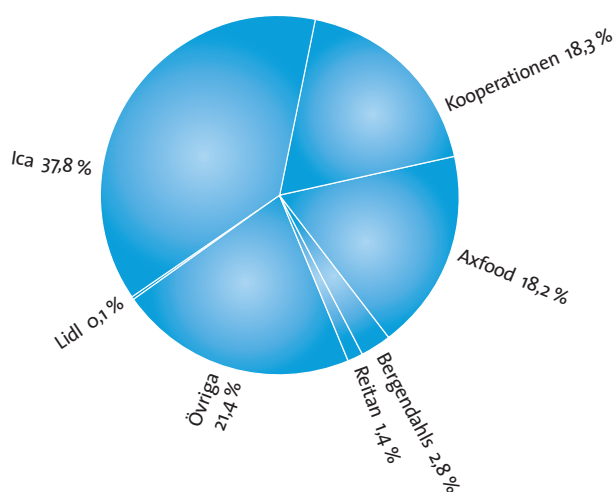
Dagligvaruhandeln kan grovt delas in i tre led: producent- eller leverantörsledet, parti- eller grossistledet samt detaljhandelsledet. Historiskt har leverantörerna setts som den starkare parten, men i takt med strukturförändringar i handelsledet har styrkeförhållandena förändrats. Beslut om butikernas sortiment fattas numera i stor utsträckning centralt inom kedjorna och handelskedjorna har stärkt sin förhandlingsposition gentemot leverantörerna.

### HÖG KONCENTRATION OCH VERTIKAL INTEGRATION

På den svenska dagligvarumarknaden kännetecknas såväl leverantörs- som handelsled av hög koncentration. I leverantörsledet är det inte ovanligt att ett produktområde domineras av två till tre företag som svarar för mer än 75 procent av leveranserna. Vid sidan av dessa företag finns ibland mindre leverantörer med begränsade marknadsandelar.

Partihandeln riktar sig dels till detaljhandeln, dels till olika former av restauranger eller storhushåll. I grossistledet finns både s.k. fullsortimentsgrossister och specialiserade grossis-

**DIAGRAM 5: Aktörerna på dagligvarumarknaden 2003, bred definition\***



Källa: Fri köpenskap, Dagligvarufakta (april 2004).

\*) Enligt en bred definition av aktörerna på dagligvarumarknaden ingår i princip all handel med dagligvaror.

ter. Karakteristiskt för en fullsortimentsgrossist är att den är huvudleverantör till livsmedelsbutiker, även om butikerna kompletterar inköp från en fullsortimentsgrossist med varor från specialiserade grossister. Fullsortimentsgrossisterna svarade 2003 för knappt hälften av den totala omsättningen inom sektorn partihandel med livsmedel.<sup>9</sup> De stora kedjorna (framför allt Ica, Coop, Axfood och BergendahlsGruppen) är verksamma både i parti- och detaljhandelsledet.

Detaljhandel bedrivs dels genom olika typer av butiker och stormarknaders matvaruavdelningar, dels genom speciallivsbutiker, trafik- och servicebutiker samt torg- och e-handel.

Marknaden domineras av tre större kedjor, Ica, Axfood och Coop, som uppvisar en långtgående integration mellan inköpsorganisation och butiksled.

Störst på marknaden är Ica, som är en av Nordens största detaljhandelsgrupper inom dagligvaruområdet med uppemot 1 800 anslutna butiker i Sverige. Ica är också verksamt inom bl.a. varudistribution och som tillhandahållare av banktjänster till konsumenterna.

Kooperationen är den näst största aktören på den svenska marknaden. Kooperationens ca 900 butiker i Sverige ägs av lokala konsumentföreningar och av Coop Sverige.

Axfood bedriver både parti- och detaljhandel. I partihandeln ingår Dagab och Axfood

närilivs, vilka står för varuförsörjning både till det egna detaljistledet och till samverkande och fristående handlare. Över 200 butiker är helägda (Hemköp, Willys, Willys Hemma) och ytterligare över 200 butiker drivs i franchiseform (Vivo och Spar). Vivo Stockholm med ett 60-tal butiker har nyligen aviserat att de planerar att byta ut Axfood mot Bergendahls som sin huvudsakliga grossist. Under senare tid har framförallt lågprissegmentet ökat hos Axfood i och med Willybutikernas kraftiga expansion.

Bland övriga aktörer kan nämnas Bergendahls, Reitan, Föreningen Fri Mat och PrisXtra. På senare tid har nya aktörer kommit in på marknaden inom lågprissegmentet genom danska Netto 2002 (hälftenägt av Ica) och

— TABELL 3. Dagligvarubranschen i Sverige

Kedja <sup>10</sup>	Omsättning (mdkr) 2003	Marknadsandel bred definition 2003, % <sup>11</sup>	Marknadsandel smal definition 2003, % <sup>12</sup>	Förändring Jan-juni <sup>13</sup> 2004, %
Ica	76	38	48	0,8
Kooperationen	37	18	23	-3,1
Axfood	37	18	23	2,8
Bergendahls	6	3	4	6,5
Reitan	3	1	2	
Övriga	43	22	-	
<b>Summa</b>	<b>201</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>1,4</b>
Jan-juni 2004				
Netto <sup>14</sup>		0,4	0,6	
Lidl <sup>15</sup>		0,8	1,1	

Källa: Konkurrentverket (Konsumenterna, matpriserna och konkurrensen samt Fri Köpenskap. Dagligvarufakta, april 2004, och Fri Köpenskap, 6 augusti, 2004.

## Detaljhandel

tyska Lidl. Hösten 2004 hade Netto 45 butiker i Sverige. Båda dessa aktörer är etablerade i flera länder och växer nu snabbt på den svenska marknaden.

De svenska matpriserna är fortfarande höga i ett internationellt perspektiv. Exklusive moms ligger Sverige nio procent över Nederländerna och Tyskland. De regionala skillnaderna i Sverige uppgår till som högst åtta procent. Det finns således ingen anledning till att Sverige inte skulle kunna ha matpriser i nivå med åtminstone Storbritannien och Finland exklusive moms, dvs. omkring fem procent lägre än i dag. Enligt Konkurrensverkets bedömning skulle detta kunna ske genom bättre konkurrens.

Inträde av nya lågpriskedjor har stärkt konkurrensen på dagligvarumarknaden i Sverige och det finns tecken på att skillnaderna mellan den svenska prisnivån och prisnivån i andra länder minskar.

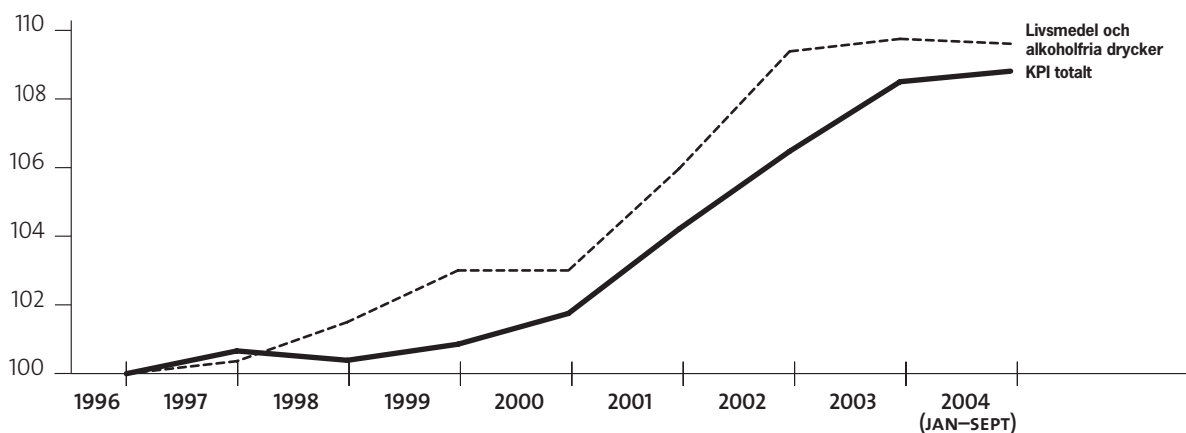
Plan- och bygglagens (PBL) nuvarande utformning och tillämpning är ett av de mer väsentliga inträdeshindren för nya företag på dagligvarumarknaden, eftersom vissa kommuner inte alltid tillvaratar konkurrensintresset i tillämpningen av lagen.

### BUTIKSSTRUKTUR

Utvecklingen på marknaden har satt tydliga spår i butiksstrukturen. Trenden mot färre och större butiker fortsätter samtidigt som marknadsandelarna för lågprisbutiker och stormarknader ökar.

Antalet dagligvarubutiker i Sverige är nu färre än 5 000, vilket innebär en minskning med uppemot 30 procent under drygt ett decennium. Den totala säljytan har dock inte förändrats under denna period. Detta betyder att den genomsnittliga butiken blir allt större. År 1993 var butiksytan knappt 400 kvadratmeter, i dag närmar den sig 600 kvadratmeter.

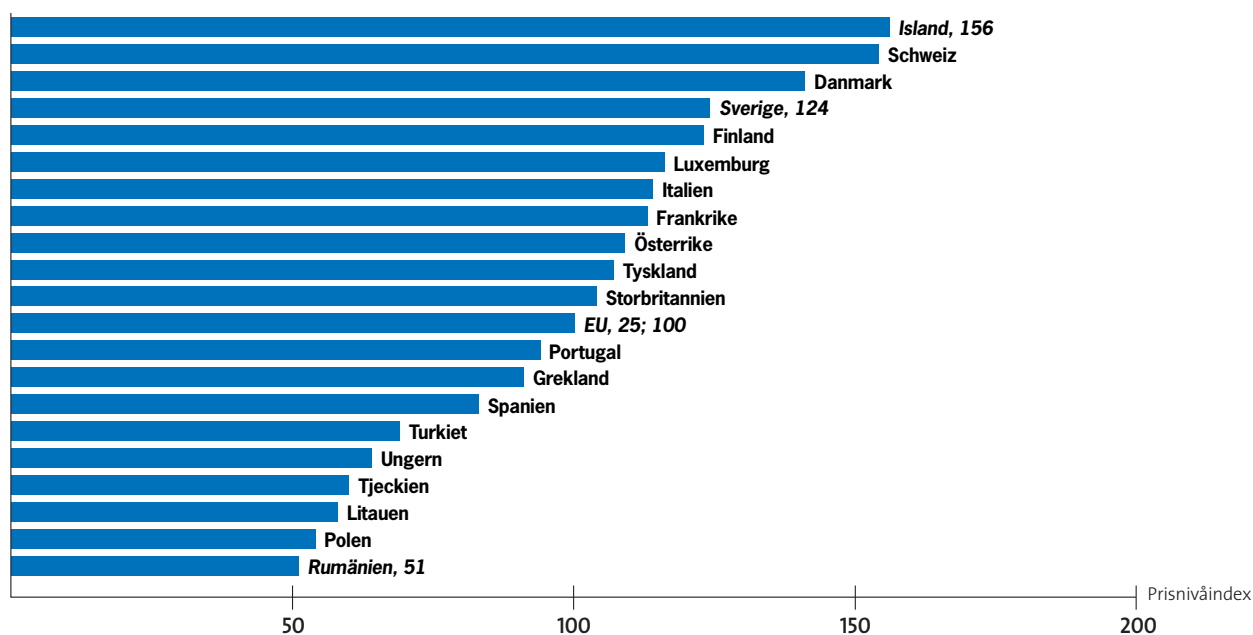
**DIAGRAM 6: Konsumentprisindex (KPI) samt delindex för livsmedel och alkoholfria drycker, årsmedelvärden (1996=100)**



Den senaste tiden har de svenska matpriserna ökat långsammare än konsumentprisindex.

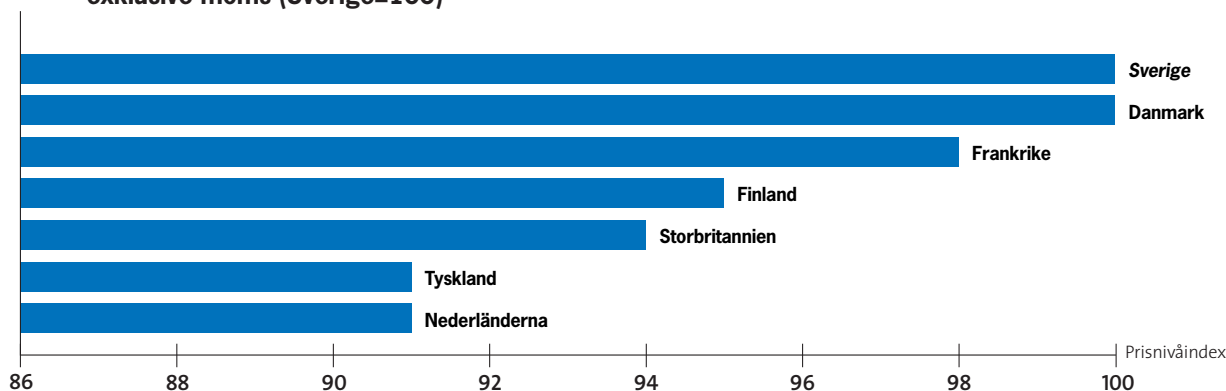
Källa: SCB, bearbetning Konkurrensverket.

**DIAGRAM 7: Prisnivåindex för livsmedel och alkoholfria drycker i olika länder 2003, inklusive moms (EU 25=100)**



Källa: Eurostat 2004 (Eating, drinking, smoking – comparative price levels in EU, EFTA, and Candidate Countries for 2003).

**DIAGRAM 8: Prisnivåindex för livsmedel i Sverige och några andra länder 2003, exklusive moms (Sverige=100)**



Källa: Konkurrentverket (Konsumenterna, matpriserna och konkurrensen) samt Eurostat 2004 (Eating, drinking, smoking – comparative price levels in EU, EFTA, and Candidate Countries for 2003), bearbetning av Konkurrentverket.

## Detaljhandel

Marknadsandelarna för stormarknader är nu uppe i 14 procent för landet som helhet, vilket innebär en fördubbling sedan 1993.

Lågprisbutikernas andel av marknaden uppgår till 12 procent, en fyrdubbling sedan 1993.

### ANDELEN EGNA MÄRKESVAROR ÖKAR

De svenska detaljhandelskedjorna har i ökad utsträckning satsat på egna märkesvaror som konkurrerar med leverantörernas produkter om utrymmet i butikernas hyllor. Produktionen av de egna märkesvarorna sker ofta hos tillverkare som också säljer produkter under eget namn. I många länder i Europa är egna märkesvaror betydligt vanligare än här. Det gäller trots att de egna märkesvarornas andel av den totala försäljningen i Sverige har ökat kraftigt de senaste tio åren. År 1992 var försäljningsandelen ca två procent, vilket kan jämföras med en andel på mellan sju och elva procent i dag, en andel som sannolikt kommer

att öka den närmaste tiden. Såväl Ica som Axfood har angivit att de har som mål att de egna märkesvarorna ska svara för cirka 25 procent av försäljningen.

Handeln har flera skäl till satsningen på egna märkesvaror. Exempelvis kan de egna märkesvarorna vara ett led i strävan att profilera kedjan, samtidigt som de stärker detaljhandelns position gentemot leverantörerna. Detaljhandlarnas marginaler är dessutom vanligen högre vid försäljning av de egna märkesvarorna än för andra märkesvaror. I Sverige ska satsningen på egna märkesvaror ses mot bakgrund av en intensifierad lågpriskonkurrens med internationella inslag.

Ofta är de egna märkesvarorna utpräglade lågprisprodukter, vars pris kan ligga mellan 10 och 40 procent under marknadsledarnas priser. Men det finns länder, som t.ex. Storbritannien, där egna märkesvaror också utformas och marknadsförs som varor av hög kvalitet.

Den sammantagna effekten för konsumenterna av den ökade andelen egna märkesvaror är oklar. De egna märkesvarorna kan ses som ett inslag i en starkare priskonkurrens. Antalet märken på butikshyllorna kan dock bli färre, vilket kan slå mot vissa kategorier av leverantörer.

**TABELL 4. Butiksstrukturen i dagligvaruhandeln**

	1993	2000	2004
Antal butiker	6 678	5 296	4 719
Säljyta (tusen m <sup>2</sup> )	2 608	2 764	2 665
Medelyta (m <sup>2</sup> )	391	522	565
Marknadsandelar (%) <sup>16</sup>			
– Stormarknader	7	12	14
– Lågprisbutiker	3	11	12
– Servicebutiker	5	6	5

Källa: Konkurrensverket (Konsumenterna, matpriserna och konkurrensen) samt Delfi Marknadspartner AB, statistik ur databasen Livs, beräkningar av Konkurrensverket.

”De svenska matpriserna är fortfarande höga i ett internationellt perspektiv. Exklusive moms ligger Sverige nio procent över Nederländerna och Tyskland.”

#### DET ÄR SVÅRT ATT SIA OM FRAMTIDEN

Företagskoncentrationer är en viktig del av strukturomvandlingen i en ekonomi. Men i vissa fall kan koncentrationerna ha negativa effekter för konsumenterna, nämligen då de leder till väsentligt minskad konkurrens. En viktig skillnad i förvärvsprövningar jämfört med andra tillämpningar av konkurrenslagen är att Konkurrensverket istället för att undersöka vad som hände när ”brottet” begicks, vilket man gör i kartell- och missbruksutredningar, måste prognostisera de framtida konkurrenseffekter förvärvet skulle få.

Under de senaste åren har Konkurrensverket byggt upp en kapacitet för att med matematiska metoder simulera effekterna av förvärv. Den första koncentration där simulering användes var Cerealia AB:s förvärv av Schulstad AB våren 2003 (Konkurrensverket dnr 107/2003). Koncentrationen berörde framför allt marknaderna för mjukt bröd. För att hålla simuleringen på en hanterbar nivå minskades antalet brödtyper i simuleringen från verklighetens 2000 till ett tjugotal. Med hjälp av simuleringen kunde Konkurrensverket konstatera att koncentrationen troligen inte skulle få några negativa effekter för konsumenterna.

Simuleringsmetoderna har hämtats från USA där de regelmässigt används sedan en tid tillbaka. Simuleringar är ett komplement till de mer traditionella metoderna för att pröva förvärv och bedöma effekterna på konkurrensen. Fördelarna med den här typen av kvantitativa metoder är dels att analysen blir lättare att följa på grund av att alla antaganden är explicita, dels att det blir lättare att väga positiva och negativa effekter mot varandra eftersom de är kvantifierade. Även för företag som planerar ett förvärv kan det finnas ett intresse av att analysera vilka framtida effekter förvärvet får på marknaden och, i förlängningen, vilka åtaganden som skulle mildra eventuella negativa konkurrenseffekter av förvärvet. En nackdel med simuleringarna är att de kan ses som komplexa. Det ställer stora krav på att på ett pedagogiskt sett förklara vad som händer i simuleringsmodellen. Dessutom är det svårt att fullt ut ta hänsyn till alla speciella egenheter på en marknad, vilket gör att resultaten från simuleringarna måste tolkas mycket försiktigt. Konkurrensverket har endast använt sig av simulering i ett fåtal ärenden än så länge.



## Detaljhandel

### Privatimporten av nya bilar är fortfarande liten

För personbilar finns ett undantag från förbudsreglerna i konkurrenslagen, vilket har gjort det möjligt för leverantörerna att ge återförsäljare ensamrätt på försäljning av nya personbilar inom ett geografiskt avgränsat distrikt. I slutet av 2002 antog emellertid Europeiska kommissionen ett nytt gruppundantag för motorfordon, bl.a. eftersom utvärderingar av det föregående undantaget visat att konsumenterna haft svårt att handla över gränserna och att systemet lett till låsta strukturer inom bildistributionen i Europa. Det nya gruppundantaget syftar till att förbättra konkurrensen både på marknaden för nya bilar och på marknaden för verkstadstjänster.

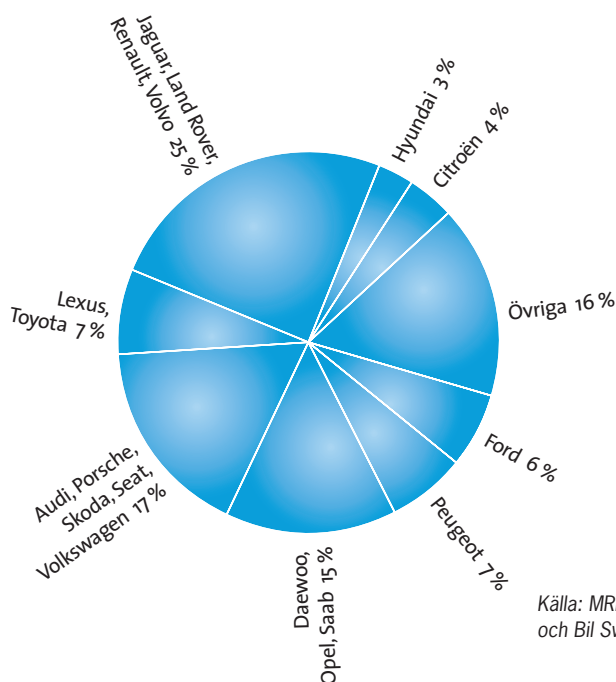
Den 1 januari 2002 var drygt fyra miljoner bilar i trafik i Sverige. Det största fabrikkatet var Volvo, med 984 000 bilar (knappt 25 procent av svenska fordon i trafik). Därefter kom Volkswagen, Saab och Ford som vardera representerade runt nio procent av fordonen i trafik i Sverige. Bilmärknaden kan delas in i försäljning av nya bilar, försäljning av begagnade bilar och eftermarknad (service och reparationer).

#### NYA PERSONBILAR

Nybilsförsäljningen är i allmänhet uppbyggd kring en generalagent som säljer bilarna till auktoriserade återförsäljare som saluför ett eller ett fåtal fabrikkat. En auktoriserad återförsäljare förfogar vanligen över ett eller flera egna distrikt, en konstruktion som har varit sanktionerad under Europeiska kommissionens gruppundantag för distribution av motorfordon (se nedan). De auktoriserade återförsäljarna säljer ofta även begagnade bilar, ger service och reparerar bilar.

Det finns betydande prisskillnader mellan olika medlemsstater inom EU, även om prisskillnaderna har minskat de senaste åren. Vilka länder som är billigast och dyrast inom unionen varierar dock för olika fabrikkat och modeller. I Danmark är priserna exklusive skatt bland de lägsta i EU för ett stort antal modeller. Skatten på nya bilar i Danmark är dock mycket hög, vilket gör att priserna inklusive skatt tvärtom är bland de högsta i EU. Trots prisskillnaderna är privatpersoners inköp av bilar i

**DIAGRAM 9: Försäljningen av nya personbilar 2003, fördelat på generalagenter**



Källa: MRF (Motorbranschen februari 2004 nr. 1-2) och Bil Sweden.

utlandet begränsade, även om privatimporten har ökat sedan Sveriges inträde i EU.

Marknaden för försäljning av nya bilar kännetecknas av god konkurrens mellan olika märken, samtidigt som distriktsindelningen för auktoriserade återförsäljare dämpar konkurrensen mellan olika försäljare av samma fabrikat. Förändringarna i Europeiska kommissionens gruppundantag syftar dock till att stärka konkurrensen och ge konsumenterna en större andel av vinsterna inom industrin.

#### BEGAGNADE PERSONBILAR

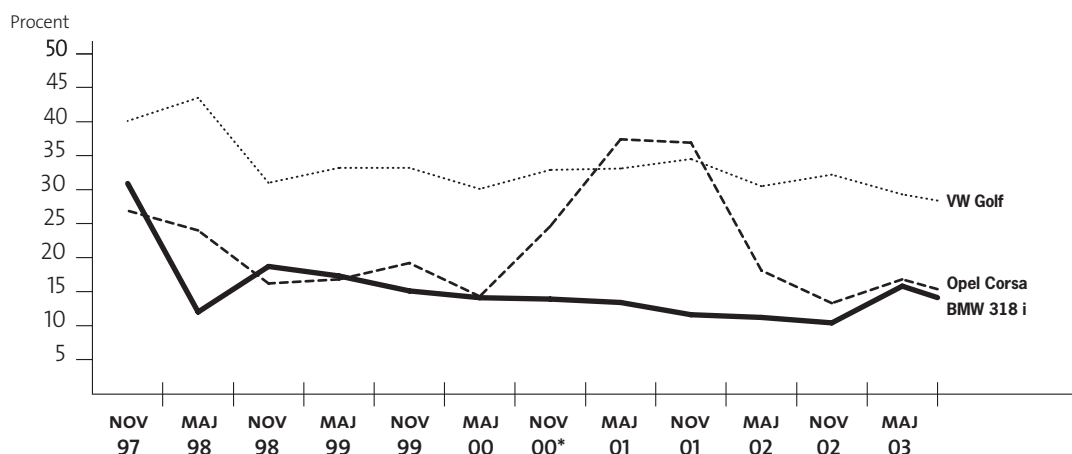
Begagnade bilar säljs av privatpersoner, auktoriserade bilhandlare, icke auktoriserade bilhandlare och övriga juridiska personer. Respektive grups andel av försäljningen varierar kraftigt med bilens ålder. Auktoriserade bilhandlare tenderar att sälja nyare personbilar

än privatpersoner. Totalt stod privatpersoner för nära 70 procent av all försäljning av begagnade bilar 2002.

#### SERVICE OCH REPARATIONER

Eftermarknaden kan delas in i försäljning av reservdelar och tillbehör samt verkstadstjänster. Verkstadstjänsterna utförs av verkstäder som antingen är auktoriserade av generalagenten (s.k. märkesverkstäder) eller fristående. Ungefär hälften av verkstäderna i Sverige är auktoriserade. För att en verkstad ska bli auktoriserad begär generalagenten att verkstaden uppfyller en stor mängd krav på exempelvis lokaler, rutiner kring kundbesök och investeringar i specialverktyg. Priset på verkstadstjänster är vanligen högre i storstäder än på landsbygden och högre hos auktoriserade verkstäder än hos icke auktoriserade.

**DIAGRAM 10: Prisdifferensen mellan dyraste och billigaste bilmärken inom eurosamarbetet för tre bilm modeller, andel av det högre priset exklusive skatt**

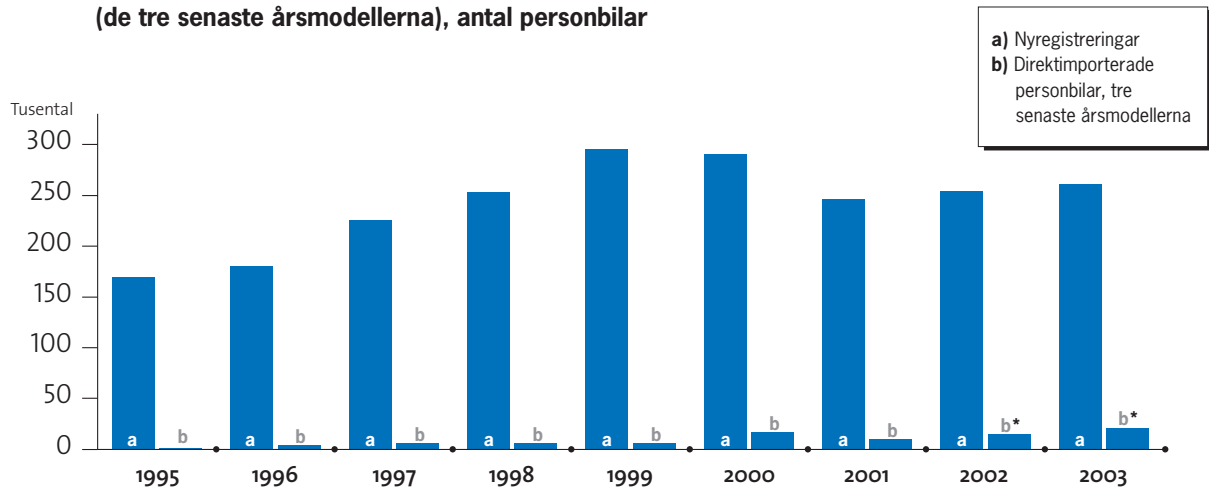


Prisdifferensen mellan det dyraste och billigaste landet inom eurosamarbetet för ett urval bilm modeller har tenderat att minska de senaste åren. Källa: [http://europa.eu.int/comm/competition/car\\_sector/price\\_diffs/](http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/price_diffs/), 2004.

\*) Då Grekland gick med i eurosamarbetet vintern 2000 förstärktes differensen för i synnerhet några av bilmärkena i småbils- och mellanbilssegmentet under några år.

## Detaljhandel

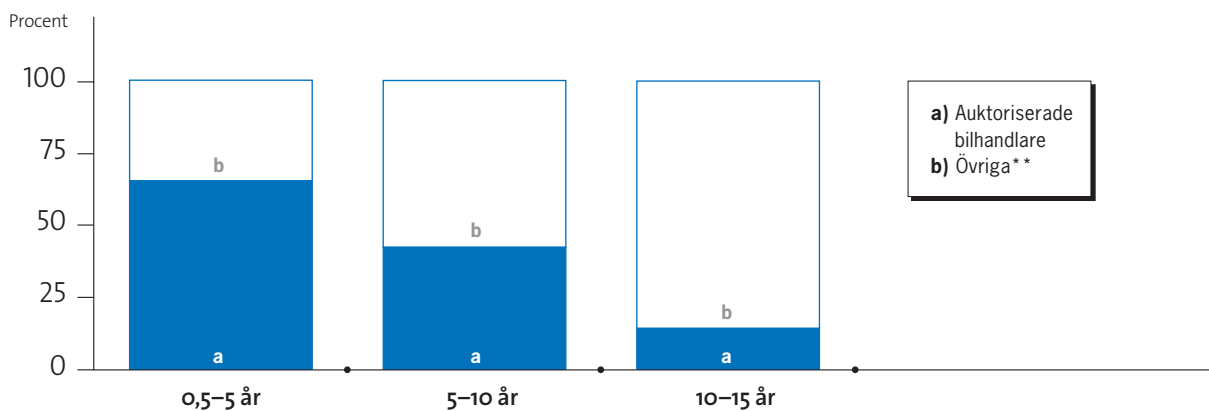
**DIAGRAM 11: Nybilsförsäljning och direktimport av personbilar (de tre senaste årsmodellerna), antal personbilar**



Källa: Bil Sweden (Bilismen i Sverige 2002 och pressmeddelanden 2004-01-12 samt 2003-01-10) och Motorbranschens riksförbund, MRF, (Motorbranschen februari 2004 1-2)

\*) Gäller bilar som är högst tre år gamla, oavsett årsmodell.

**DIAGRAM 12: Auktoriserade bilhandlares marknadsandelar på marknaden för begagnade personbilar fördelade på ålder\***



Källa: MRF (Motorbranschen februari 2004 1-2) samt Vroom AB.

\*) Gäller november 2002-oktober 2003.

\*\*) I kategorin övriga ingår privatpersoner, icke auktoriserade bilhandlare samt övriga juridiska personer.

Kunderna färdas i normalfallet inte mer än 30 minuter till en verkstad, vilket gör regionala prisvariationer möjliga. Det finns också en tendens till inlåsning av kunder hos auktoriserade verkstäder, eftersom dessa vanligen utför reparationer under garantitiden. De auktoriserade verkstäderna ger dessutom en servicestämpel vid genomförd service, vilket kan påverka andrahandspriset på bilen.

#### **AUKTORISATIONEN AV VERKSTÄDER FÖRÄNDRAS**

Europeiska kommissionen antog den 1 oktober 2002 ett nytt gruppundantag för motorfordon. Utvärderingen av det tidigare gruppundantaget visade att konsumenterna har haft svårt att handla över gränserna och att systemet lett till låsta strukturer inom bildistributionen i Europa. En ändring av gruppundantaget var därför nödvändig. Det nya gruppundantaget syftar till att underlätta konkurrensen när det gäller såväl nybilsförsäljning som eftermarknad och försäljning av reservdelar.

Fordonstillverkarna får välja mellan två olika distributionssystem: ett exklusivt och ett selektivt distributionssystem. En förutsättning för att få välja det exklusiva systemet är dock

att tillverkarens marknadsandel är lägre än 30 procent. Det är bl.a. när det gäller det selektiva systemet och reglerna för eftermarknaden som reglerna har förändrats.

En generell förändring beträffande försäljning av nya bilar är att flera fabrikat i större utsträckning än tidigare ska kunna säljas i en gemensam utställningslokal av samma försäljningsorganisation. I ett selektivt distributionsystem ska återförsäljarna aktivt kunna marknadsföra sig inom EU:s samtliga marknader där selektiva system tillämpas. De ska därtill vara fria att expandera sin verksamhet, t.ex. genom att etablera nya försäljningsställen (gäller från den 1 oktober 2005). I det exklusiva systemet är enbart passiv försäljning, dvs. försäljning utan aktiv marknadsföring, tillåten.

När det gäller eftermarknaden ska alla reparatörer som uppfyller tillverkarens krav kunna bli auktoriserade och kunna etablera sig var de vill inom EU. Kraven för att auktoriseras är dock i praktiken så höga att det är oklart hur stor effekt de nya reglerna kommer att ha på konkurrensen på marknaden för verkstads-tjänster. Dessutom ska utbildning, verktyg och utrustning tillförsäkras även fristående reparatörer.

”Det råder betydande prisskillnader mellan olika medlemsstater inom EU, även om prisskillnaderna har minskat de senaste åren.”

## Detaljhandel

### KONKURRENSVERKETS ÄRENDEN

År 2004 stämde Konkurrensverket åtta återförsäljare av fabriken Volvo personvagnar och Renault personvagnar på 157,5 miljoner kronor (dnr 331/2004). Företagen misstänks för samarbete om priser och rabatter. Överträdelserna rör såväl nya som begagnade personbilar.

Bilia Personbilar AB ansökte i början av år 2004 om att få förvärva Eneqvist Bil AB i Stockholms län. Efter att ha prövat koncentrationen i en s.k. fördjupad undersökning beslöt Konkurrensverket att lämna koncentrationen utan åtgärd (dnr 212/2004).

### Läs mer om detaljhandeln i:

Dagligvaruhandeln – struktur, ägarform och relation till leverantörer (Konkurrensverket 2002:6)  
Kommissionens förordning (EG) nr 1400/2002 av den 31 juli 2002

Konsumenterna, matpriserna och konkurrensen (Konkurrensverket 2004:2)

The Power of Private Label, A review of Growth Trends Around the World (AC Nielsen)

9 SCB-statistik, SNI 5139 och 5131-5138.

10 I "Ica" ingår Ica-handlarna, Netto, Etos samt butikskedjor som samverkar med Ica-meny, i "Kooperationen" ingår Coop Sverige AB samt regionala och lokala konsumentföreningar, i "Axfood" ingår Axfood AB, samverkande handlare samt de med Axfood Närlivs samverkande kedjorna Tempo, Handlar'n, Jour Livs och Red&Blue, i "Reitan" ingår Pressbyrån, 7-Eleven och Rema 1000, i "Övriga" ingår försäljning i trafikbutiker, kiosker, oprofilerad servicehandel, torghandel, specialbutiker och en mängd andra säljkanaler.

11 Andel enligt en "bred" marknadsdefinition inklusive "Övriga". Med bred marknadsdefinition avses all handel med dagligvaror. (Källa: Fri Köpenskap, Dagligvarufakta, april 2004).

12 Andel enligt en "smal" marknadsdefinition exklusive "Övriga". Enligt en smal marknadsdefinition räknas bara full sortimentsbutiker. (Källa: Fri Köpenskap, Dagligvarufakta, april 2004).

13 Kalenderjusterad procentuell volymförändring för årets sex första månader jämfört med motsvarande period 2003. I "Ica" ingår inte Netto, Etos, Ica-menysamverkande kedjor och i Axfood ingår inte Tempo, Handlar'n, Jour Livs, Red&Blue. (Källa: Fri Köpenskap, 6 augusti, 2004).

14 Konkurrensverkets beräkningar baserat på skattade uppgifter (Källa: Fri Köpenskap, 6 augusti, 2004).

15 Konkurrensverkets beräkningar baserat på skattade uppgifter (Källa: Fri Köpenskap, 6 augusti 2004).

16 Marknadsandelar baseras på omsättning.

## Transport

## Transport

# Ökad konkurrens på flygmarknaden

De svenska flygresenärerna har den senaste tiden kunnat dra nytta av lägre flygpriser bl.a. som en följd av inträdet av lågprisbolag i Sverige. Det som tidigare varit ett betydande inträdeshinder för nya aktörer, tillgången på start- och landningstider, s.k. slots, på Arlanda, är i dagsläget inget större problem. Det beror på att tillkomsten av den tredje banan på Arlanda och den svaga utvecklingen av flygtrafiken både har ökat tillgången och minskat efterfrågan på slots. I en annan marknadssituation kan emellertid det nuvarande systemet för slotstilldelning försvåra för nya aktörer på marknaden att få del av de attraktiva start- och landningstiderna.

Flygmarknaden liberaliserades 1992, vilket gav andra flygföretag än SAS möjlighet att träda in på marknaden. Ett syfte med att öppna marknaden för konkurrens var också att skapa konkurrens mellan de två stora flygbolag som fanns på den svenska inrikesmarknaden: SAS och Linjeflyg. Några månader före liberaliseringen förvärvade emellertid SAS Linjeflyg, varigenom konkurrensen dem emellan upphörde. Inom EU liberaliserades flygmarknaden stegvis med början 1979.

Inrikesmarknaden i Sverige karakteriseras av hög koncentration, där SAS och dess samarbetspartner Skyways tillsammans har en marknadsandel om ca 70 procent beräknat på passagerarantal. I början av 2003 fanns 13 flygbolag som bedrev inrikes flygtrafik på ett 70-tal flyglinjer, även om det endast bedrevs flygtrafik i konkurrens på sju av dessa. Under 2004 har antalet linjer där trafik bedrivs i konkurrens ökat.

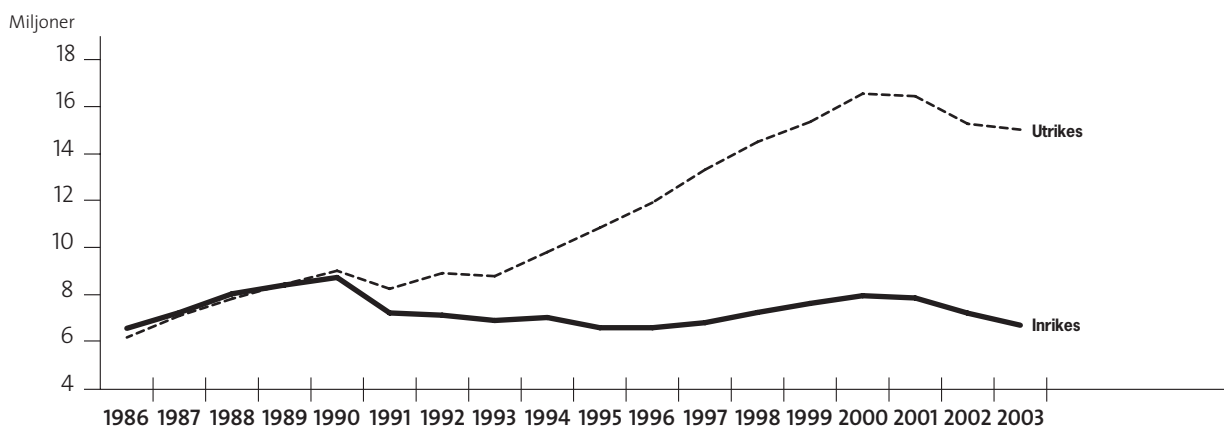
### **SJUNKANDE FLYGPRISER OCH TENDENS TILL FLER PASSAGERARE**

Flygmarknaden kan grovt delas in i linjetrafik och charter samt in- och utrikesflyg. År 1990 var ett rekordår för inrikesflyget i Sverige, sett till antalet passagerare. Därefter sjönk antalet passagerare för att åter stiga under 1990-talet. Under 2001 och 2002 stagnerade flygresandet i många länder, vilket ofta tillskrivs terroristtacken den 11 september 2001 och SARS-epidemins utbrott. Under 2002 vände utvecklingen uppåt i flertalet länder, men i Sverige fortsatte flygresandet att falla och det är först under de senaste kvartalen som den negativa utvecklingen har vänt.

Den hårdnande konkurrensen från lågprisbolag och den generellt svaga utvecklingen har bidragit till att flygpriserna har sjunkit i många länder. Utvecklingen har satt flera stora flygbolag under press. I Sverige rapporterar exempelvis SAS att överkapacitet på många marknader och kraftig prispress har medfört en mycket svag utveckling av enhetsintäkten ("yelden") under april och maj 2004.<sup>17</sup> Som ett svar på utvecklingen har SAS genomfört ett omfattande sparprogram. Bolaget har exempelvis delats upp i tre nationella bolag och ett

*"Den hårdnande konkurrensen från lågprisbolag och den generellt svaga utvecklingen har bidragit till att flygpriserna har sjunkit i många länder."*

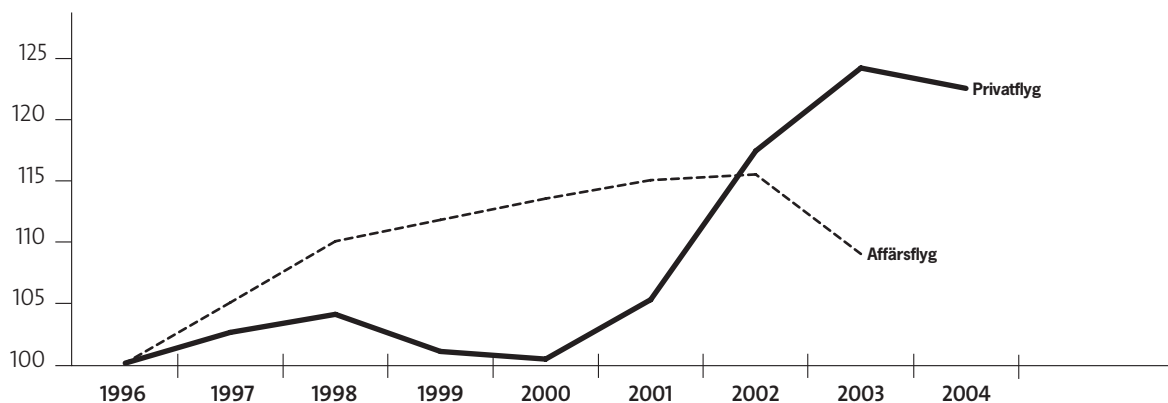
**DIAGRAM 13: Antal passagerare\* på svenska flygplatser med linje- och chartertrafik**



Källa: Luftfartsverket, LFV (Luftfart 2003) och Statens institut för kommunikationsanalys, SIKÅ.

\*) Antal ankommande och avresande passagerare i utrikes trafik samt antal avresande passagerare i inrikes trafik.

**DIAGRAM 14: Utvecklingen av inrikes flygpriser (affärs- och privatresor) i Sverige jämfört med konsumentprisindex (KPI)\*, årsmedelvärden (1996=100)**



Källa: Konkurrensverket (Monopolmarknader i förändring) och SCB.

\*) Relativpriset har beräknats som kvoten av delindex för inrikes flygresor (affärs- och privatresor) och KPI totalt, årsmedelvärden.



## Transport

bolag för den interkontinentala trafiken. I likhet med flera andra stora flygbolag gav sig SAS också in på lågprismarknaden genom bolaget Snowflake. Efter ett och ett halvt år lades dock Snowflake ner som självständigt bolag p.g.a. dålig lönsamhet och konceptet integreras nu i SAS ordinarie flygningar.

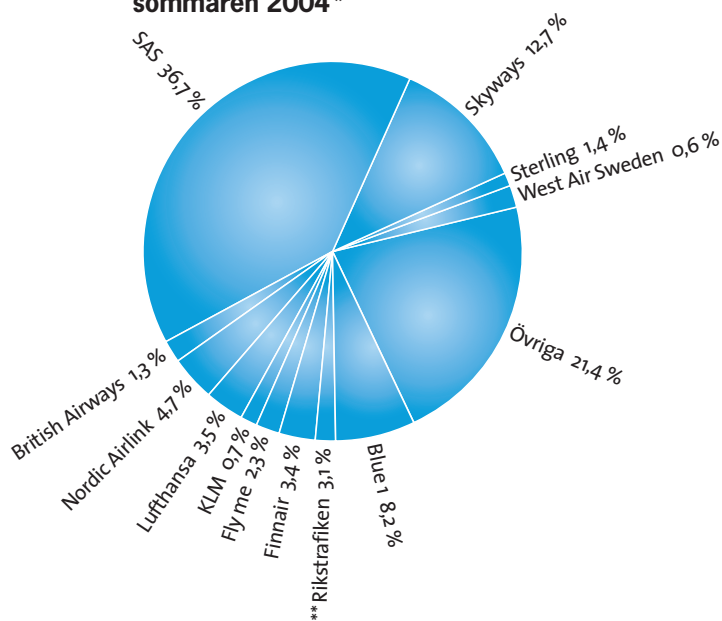
### LÅGPRISBOLAGENS ROLL I SVERIGE

I Sverige har lågprisbolagen fått sitt verkliga genombrott under de senaste två åren. Den svenska staten skrev 2004 exempelvis ramavtal med det nya lågprisbolaget FlyMe på sträckan Stockholm – Göteborg. Ryanair, som har Skavsta flygplats som sitt nordiska nav, flyger i dag från fyra svenska flygplatser.

### INTRÄDESHINDER PÅ FLYGMARKNADEN

För nya aktörer kan fördelningsprinciperna för start- och landningstider, s.k. slots, vara ett problem på flygplatser där efterfrågan på tider är stor. Slots tilldelas enligt principen om historiska rättigheter ("grandfather rights"), vilket innebär att ett flygbolag har förtur till de slots de haft under föregående period, under förutsättning att de har använt sina tilldelade slots i tillräckligt hög grad. Förutom att det kan skapa effektivitetsförluster, genom att flygbolag i vissa fall kan trafikera en sträcka med i sig olönsamma avgångar för att få behålla sina slots, kan det vara svårt för nya flygbolag att få tillgång till slots under högtrafik på attraktiva flygplatser. Tidigare har det exempelvis varit svårt för nya aktörer att få attraktiva slots på Arlanda, men sedan den tredje banans tillkomst och i och med nedgången i flygtrafik är slotstilldelningen i dag inget större problem. Under 2004 har exempelvis lågprisbolaget FlyMe tilldelats slots på Arlanda. Om marknaden förbättras och flygtrafiktillväxten fortsätter kan emellertid systemet för tilldelning av slots åter bli ett problem på Arlanda. Europeiska

**DIAGRAM 15: Slots på Arlanda sommaren 2004\***



Källa: ACS.

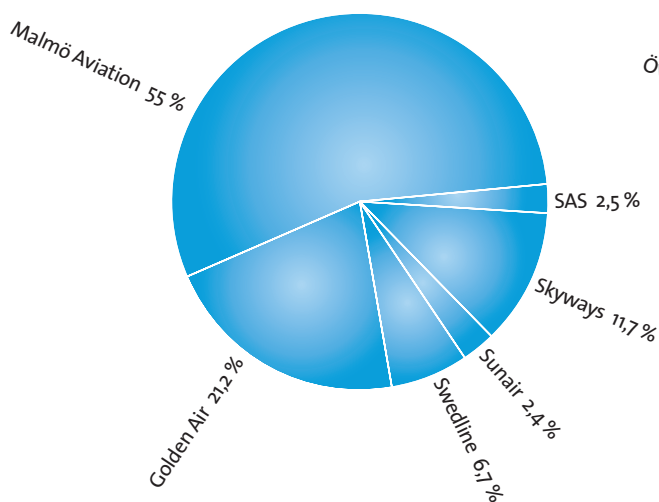
\*) 28 mars–30 oktober 2004 (slotstatus den 6 augusti 2004).

\*\*) Rikstrafiken är en statlig myndighet som upphandlar persontrafik med bl.a. flyg.

kommissionen utreder för närvarande systemet med historiska rättigheter.

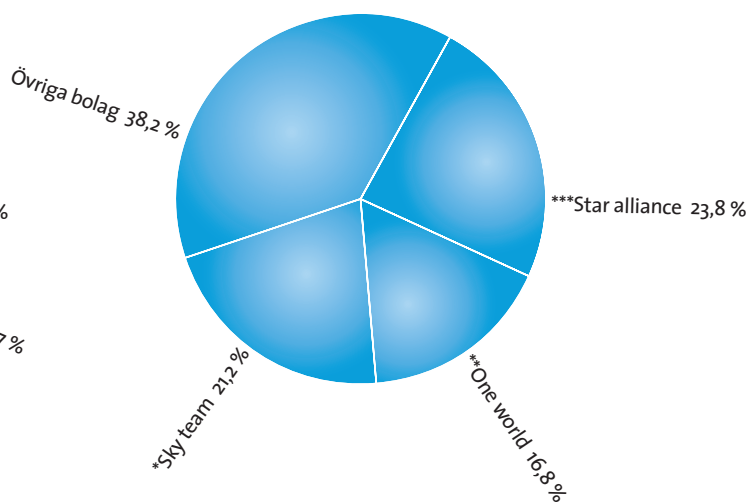
Inträde på flygmarknaden försvåras också genom att kunderna åsamkas kostnader vid byte av flygbolag, s.k. inläsningskostnader. Bonusprogram bidrar till inläsningskostnaderna på flygmarknaden genom att de ger kunderna incitament att nyttja samma flygbolag flera gånger. Effekten förstärks om ett flygbolag är stort och har många alliansmedlemmar knutna till sitt bonusprogram. Konkurrensverket ålade 1999 SAS att inte tillämpa sitt bonusprogram, EuroBonus, så att poäng kan intjänas på inrikes flygresor i Sverige för uttag av bonuserbjudanden. Beslutet överklagades och Marknadsdomstolen beslutade i början av 2001 att SAS och dess samarbetspartners inte får tillämpa sitt bonusprogram på inrikeslinjer där företaget

**DIAGRAM 16: Slots på Bromma flygplats sommaren 2004\***



Källa: ACS.  
\*) 28 mars–20 oktober 2004.

**DIAGRAM 17: De globala flygalliansernas marknadsandelar 2004**



Källa: Luftfartsverket (Årsredovisning 2003).  
\*) Air France, Continental, Delta, Aeromexico, Alitalia, CSA Czech Airlines, KLM, Korean Air, Northwest  
\*\*) Aer Lingus, American Airlines, British Airways, Cathay Pacific, Finnair, Iberia, Lanchile, Qantas, Swiss  
\*\*\*) Air Canada, Air New Zealand, Austrian Airlines, ANA, Asian Airlines, Bmi, LOT, Lufthansa, Mexicana, SAS, Singapore Airlines, Spanair, TAM, Thai, United, US Airways, Varig.

möter konkurrens. Andra flygbolag är oförhindrade att dela ut poäng på samtliga inrikeslinjer.

En fråga som ofta diskuteras i samband med flygsektorn är underprissättning, dvs. att företag prissätter under produktionskostnaderna. Vid flera tillfällen har konkurrensmyndigheter i olika länder, t.ex. Norge, utrett om flygbolag har gjort sig skyldiga till underprissättning (se avsnitt "Underprissättning – när priset är för lågt").

**"I Sverige har lågprisbolagen fått sitt verkliga genombrott under de senaste två åren."**

## ALLIANSER

I USA bildade bolagen allianser med start i början av 1980-talet, något som ledde till en liknande utveckling i Europa i slutet av samma årtionde. De tre stora allianserna har i dag tillsammans ca 60 procent av den totala internationella flygtrafiken. Alliansbildandet är en intressant företeelse när det gäller konkurrensen i flygsektorn och det är viktigt att följa utvecklingen och se till att det inte leder till marknadsdelning.

## Transport

### UNDERPRISSÄTTNING – NÄR PRISET ÄR FÖR LÅGT

Ibland anklagar företag varandra för att ägna sig åt underprissättning. Det drabbade företaget menar att de låga prisernas enda förklaring är att de är avsedda att slå ut eller hindra andra, potentiella, konkurrenter från inträde. Att sätta priser under något relevant kostnadsåtgång är under vissa förutsättningar förbjudet för dominerande företag i både svensk, europeisk och amerikansk konkurrensrätt. Företag som inte är dominerande får sätta hur låga priser de vill, t.ex. under marginalkostnad. Om det skulle förekomma så skulle det bara betraktas som en del av en fungerande konkurrens.

I EG-rättspraxis gäller de s.k. AKZO-kriterierna för underprissättning. EG-domstolen har slagit fast två regler för när underprissättning är olagligt. För det första, om ett dominerande företag sätter priser under genomsnittlig rörlig kostnad för en vara eller tjänst (average variable cost) så är det alltid olagligt. Det är svårt att se något annat syfte än att skada konkurrenter när ett dominerande företag säljer varje enhet med förlust. För det andra gäller att priser mellan genomsnittlig rörlig kostnad och genomsnittlig total kostnad är olagliga om myndigheterna kan visa att dominantens priser hade som syfte att slå ut konkurrenterna, vilket på längre sikt skulle leda till högre priser för konsumenterna. Enligt ekonomisk teori måste ett par villkor vara uppfyllda för att underprissättning ska vara en lönsam strategi för det dominerande företaget. Dominanten måste senare kunna hämta igen de förluster de gör under fasen med underpriser, vilket förutsätter att företaget får stor marknadsstyrka efter att ha tvingat bort de andra konkurrenterna. Om det är god konkurrens eller låga inträdeshinder på marknaden kan inte företaget återhämta

förlusten genom högre priser och en underprissättningsstrategi blir omöjlig.

Ett pris som är lägre än marginalkostnaden förekommer ibland även på marknader med en fungerande konkurrens i form av t.ex. introduktionserbjudanden. Säljaren räknar med att ta igen förlusten i ett senare skede då kunderna blivit "inlåsta". Sett över produktens hela livstid är dock priserna i nivå med kostnaderna och marknaden fungerar bra. Det finns andra egenskaper hos en marknad som kan ge upphov till liknande eller mer komplicerade prismönster över tid, t.ex. sjunkande kostnader hos producenten eller nätverksexternaliteter hos produkterna. Det finns dock gott om fall där ett dominant företag försöker driva en underprissättningsstrategi. Ett vanligt exempel är från flygmarknaderna där en dominerande aktör ofta har avsevärt lägre priser på rutten där nya konkurrenter etablerar sig. Att priser är lägre där det finns konkurrens är vad vi förväntar oss. Ibland hävdar emellertid konkurrenterna att de låga priserna är en underprissättningsstrategi enbart med syfte att slå ut dem. Vid ett antal tillfällen har konkurrensmyndigheter gjort undersökningar rörande underprissättning på flygmarknader, t.ex. mot American Airlines (USA), Air Canada (Kanada), Quantas (Australien) och SAS (Norge).

### KONKURRENSMYNDIGHETERNAS PROBLEM

Svårigheten att skilja mellan mycket hård konkurrens och underpriser är en inbjudan till mindre produktionseffektiva företag att försöka övertyga konkurrensmyndigheterna att ge ett skydd mot den hårda konkurrensen företaget möter. Även om priserna inte är så låga att de

hotar företagets överlevnad har man ett intresse av att få myndighetens ”godkännande” till ett högre pris på marknaden. Det intresset delas av alla företag, även dominanten. Konkurrensmyndigheterna måste kunna visa att priset varaktigt understiger kortsiktig genomsnitts- eller totalkostnad. Ofta står ord emot ord från företag i konkurrensärenden. I underprissättningsfall hävdar det klagande företaget och den anklagade dominanten olika kostnadsuppgifter. Att bedöma kostnadsuppgifter som är svåra att verifiera,

från företag som har ett egenintresse i saken, är en grannliga uppgift. De kostnader man ska jämföra priset med för ett företag som har många produkter är, enkelt uttryckt, de rörliga kostnader som företaget undviker om produkten i fråga inte produceras. Ytterligare ett problem är att myndigheternas hantering av underprissättningsärenden kan ta så lång tid att företaget som är utsatt har hunnit försvinna från marknaden innan myndigheterna har hunnit agera. Det kan avskräcka nya försök till inträde.

## Frånvaro av konkurrens på lönsamma persontrafiksträckor ett konkurrensproblem

Liberaliseringen av järnvägssektorn i Sverige påbörjades redan i slutet av 1980-talet, vilket var tidigt jämfört med andra europeiska länder. De statliga bolagen SJ AB och Green Cargo AB är dock fortfarande mycket starka på marknaderna för person- respektive godstrafik. När det gäller persontrafiken är det största konkurrensproblemet att SJ har ensamrätt och därmed inte möter någon konkurrens på de sträckor som företaget bedömer som lönsamma. En otillräcklig teknisk och säkerhetsmässig interoperabilitet mellan EU-länderna försvårar därtill för operatörer att verka i flera länder.

Statens järnvägar delades 1988 upp i en banhållarfunktion (Banverket) och en järnvägsoperatör, Statens Järnvägar, som sedermera bolagiserades och delades upp i ett antal självständiga bolag. Persontrafiken drivs sedan dess av SJ AB och godstrafiken av Green Cargo AB. Både SJ och Green Cargo ägs till 100 procent av staten.

### HÖG KONCENTRATION I GODS- OCH PERSONTRAFIKEN

Järnvägstransporter kan delas in i godstransporter och persontransporter. Den förstnämnda marknaden öppnades för konkur-

## Transport

rens 1996 och kännetecknas i princip av full konkurrensutsättning. Den största aktören på marknaden för godstrafik är Green Cargo, vars marknadsandel uppgår till ca 80 procent. Vid sidan av Green Cargo finns ett tiotal operatörer för godstrafik.

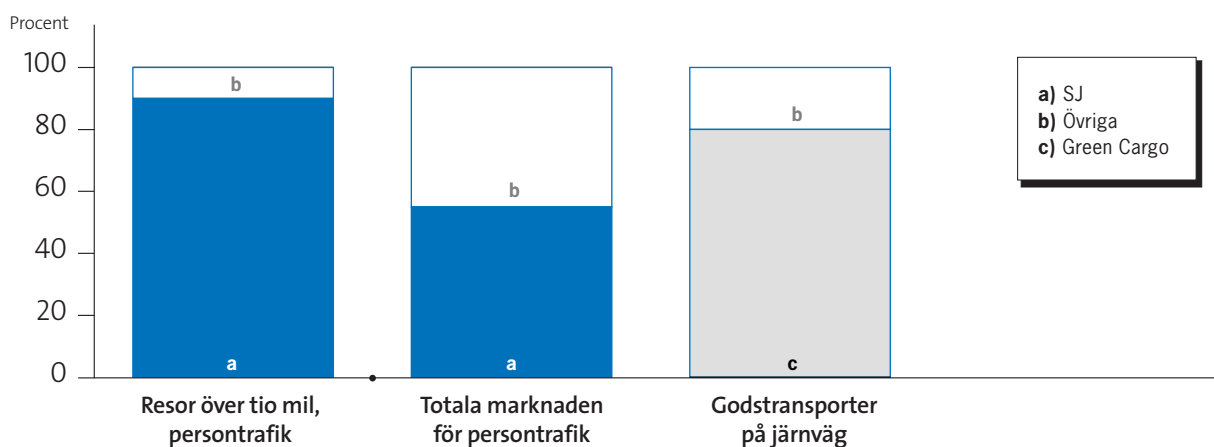
I dag är Green Cargo ett helstatligt bolag, men regeringen kom i april 2004 med en proposition där man bl.a. föreslår att staten ska ges möjlighet att sälja hela eller delar av aktieinnehavet i Green Cargo. Förslaget antogs senare av riksdagen. Regeringen ska vidare få införskaffa aktier eller andelar i det företag som förvärvar Green Cargo och tillskjuta kapital.

SJ är den i särklass största aktören på persontrafikmarknaden med en marknadsandel som uppgår till ca 90 procent för sträckor över tio mil. På den totala marknaden för persontrafik med tåg uppgår SJ:s marknadsandel till ca 55 procent.<sup>18</sup> Vid sidan av SJ finns ett tiotal operatörer på marknaden som är medlemmar i bransch-

föreningen Tågoperatörerna. Tåget konkurrerar också i viss mån med flyg-, bil- och bussresor.

Marknaden för persontrafik kan delas in i två delmarknader med olika konkurrensförhållanden: marknaden för entreprenader och marknaden för interregional trafik som av SJ bedöms som lönsam. Entreprenadtrafiken, som utgörs av lokal och regional kollektivtrafik och olönsam interregional trafik, har sedan början av 1990-talet varit öppen för konkurrens. Den upphandlas av respektive trafik huvudman eller Rikstrafiken<sup>19</sup> och det företag som vinner upphandlingen blir normalt ensam operatör på den aktuella sträckan. På den andra delmarknaden, dvs. på de sträckor som SJ bedömer som lönsamma, har SJ en monopolställning. Att SJ avgör vilka sträckor som är lönsamma ger företaget en betydande konkurrens fördel framför andra operatörer. Det enda kravet som staten ställer på SJ i utbyte mot företagets ensamrätt är att bolaget ska gå med vinst.

**DIAGRAM 18: SJ:s och Green Cargos marknadsandelar**



Källa: SJ (Årsredovisning 2003) och Green Cargo (Kvartalsrapport januari-mars 2004).

Ytterligare ett konkurrensproblem är en otillräcklig teknisk och säkerhetsmässig interoperabilitet mellan EU-länderna som försvårar för operatörer att verka i flera länder. Detta har uppmärksammats i unionen och är något som EU har arbetat med under en lång tid.

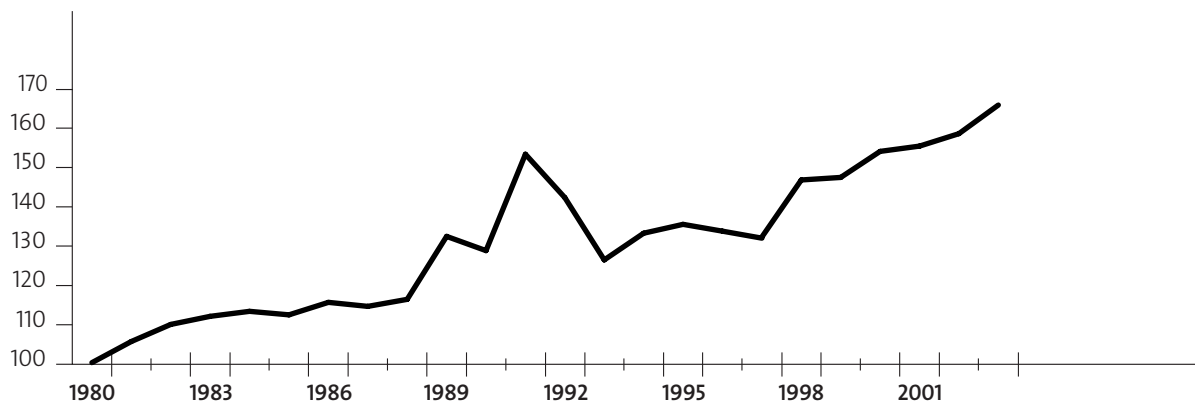
”Ytterligare ett konkurrensproblem är en otillräcklig teknisk och säkerhetsmässig interoperabilitet mellan EU-länderna som försvårar för operatörer att verka i flera länder.”

Det pågående arbetet inom EU för en inre järnvägsmarknad med harmoniserade regler och standarder är därför av stor betydelse även för konkurrensen på den svenska marknaden.

I jämförelse med andra länder i Europa påbörjades liberaliseringen av järnvägssektorn i Sverige tidigt. Liberaliseringen har medfört att ett antal aktörer har trätt in, både på gods- och persontrafikmarknaden, men såväl Green Cargo som SJ har fortfarande mycket stora marknadsandelar. Priserna på inrikes järnvägsresor ökade också kraftigt under 1990-talet; mellan 1990 och 2003 ökade priset för inrikes järnvägsresor med nästan 30 procent i förhållande till konsumentprisindex (KPI).

År 2001 tillkallades en utredning, Järnvägsutredningen, som fick i uppdrag att göra en bred översyn av lagstiftningen och organisationen inom järnvägssektorn. Järnvägsutredningen lämnade sitt huvudbetänkande i slutet av 2003, där det bl.a. föreslås att SJ:s legalmonopol

**DIAGRAM 19: Utvecklingen av priset för järnvägsresor jämfört med konsumentprisindex (KPI)\*, 1980–2003 (persontransporter), (1980=100)**



Källa: Konkurrentverket (*Monopolmarknader i förändring*) och SCB.

\*) Relativpriset har beräknats som kvoten av delindex för järnvägsresor (persontransporter) och KPI totalt, årsmedelvärden.

## Transport

på lönsamma sträckor ska avskaffas (SOU 2003:104). I syfte att öka antalet aktörer på godsmarknaden föreslår utredningen vidare att TGOJ Trafik, ett dotterbolag till Green Cargo, ska skiljas ut ur Green Cargo-koncernen och börja konkurrera med sitt nuvarande moderbolag. Järnvägsutredningens förslag kommer att vara en viktig del av underlaget till en trafikpolitisk proposition som väntas under 2005.

---

17 SAS-koncernens delårsrapport januari–juni 2004.

18 SJ:s årsredovisning 2003.

19 Rikstrafiken upphandlar för statens räkning sådan flyg-, tåg-, båt- och busstrafik som är samhällsekonomiskt motiverad men företagsekonomiskt olönsam.

---

### Läs mer om transporter och underprissättning i:

Flygkrisen i Sverige, Analys och förslag till åtgärder (Luftfartsverket 2004:2)

Flygets utveckling 2003 (Luftfartsverket)

Järnväg för resenärer och gods (SOU 2003:104)

Luftfartsverkets årsredovisning 2003 (Luftfartsverket)

Monopolmarknader i förändring (Konkurrensverket 2004:3)

Predation and the Logic of the Average Variable Cost Test (Baumol, W J, 1996)

Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act (Areeda, P och Turner, D, 1975)

The Pros and Cons of Low Prices (Konkurrensverket 2003)

## Elektronisk kommunikation



## Elektronisk kommunikation

# Nytt regelverk på marknaden för elektronisk kommunikation

De senaste tio åren, sedan marknaden för elektronisk kommunikation öppnades för konkurrens, har det skett stora förändringar på denna marknad som har inneburit förbättrad konkurrens till nytta för konsumenterna. Men det återstår flera konkurrensproblem, bl.a. när det gäller TeliaSoneras kontroll över accessnätet.

Marknaden för elektronisk kommunikation, som kan sägas omfatta fast och mobil telefoni, tjänster för datakommunikation, Internet-tjänster samt radio och TV, är ett område som karakteriseras av snabb teknisk utveckling och innovationer. Nedan beskrivs övergripande marknaderna för fasta och mobila teletjänster samt Internettjänster.

När telelagen trädde i kraft 1993 öppnades telemarknaden för konkurrens efter att tidigare i princip ha varit ett oreglerat monopol. År 2003 infördes lagen om elektronisk kommunikation, EkomL. Lagen innebär att den centrala förvaltningsmyndigheten på området, Post- och telestyrelsen (PTS), ska införa konkurrensfrämjande skyldigheter för företag med betydande inflytande på marknaderna i fråga.

### FAST TELEFONI

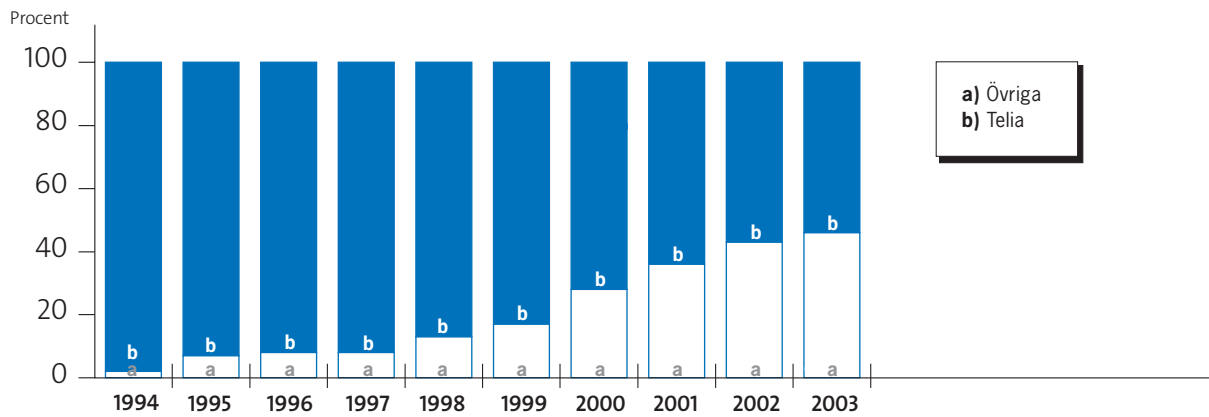
År 2003 tillhandahöll 50 operatörer fasta telefonitjänster i Sverige och den forne monopolisten TeliaSoneras (Telias) marknadsandelar hade sjunkit betydligt jämfört med situationen tio år tidigare, då marknaden öppnades för konkurrens. Telia är dock fortfarande den största aktören på marknaden.

Beräknat på totala intäkter för fasta samtalstjänster uppgick Telias marknadsandel till ca 54 procent 2003. Beräknat på de totala intäkterna för fasta teletjänster, där även intäkter från bl.a. abonnemang ingår, uppgick Telias marknadsandel till drygt 70 procent. Att Telias marknadsandelar är högre om de beräknas på de totala intäkterna för fast telefoni beror på att den större delen av kunderna till Telias konkurrenter är s.k. förvalskunder. Det innebär att kunderna betalar samtalsavgifter till förvalsooperatören, men fortfarande betalar abonnemangavgift till Telia. Förvalsooperatören betalar i sin tur ersättning till Telia för nyttjandet av Telias infrastruktur. Antalet förvalskunder har ökat relativt kraftigt de senaste åren och den 31 december 2003 var drygt två miljoner privatkunder, eller drygt 40 procent av det totala antalet privatkunder, förvalskunder hos en annan operatör än Telia.

Att Telia fortfarande har en stark ställning på fastnätetsmarknaden beror bl.a. på företagets kontroll över det enda fasta accessnätet, i form av kopparledningar från telestation till kund, som når i princip alla hushåll och företag i Sverige. Detta gör att de flesta kunder har kvar en avtalsrelation med Telia även om de är förvalskunder till en annan operatör.

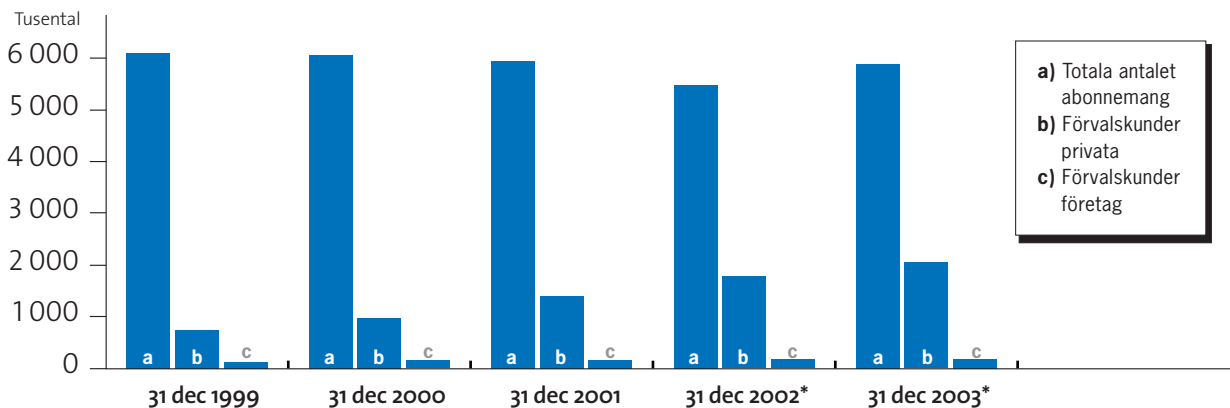
För att en operatör i likhet med Telia ska kunna debitera kunden abonnemangavgift krävs att operatören antingen har tillgång till en egen infrastruktur eller hyr ledningar mellan telestation och kund av Telia. Sedan den 2 januari 2001 är Telia i princip skyldigt att låta andra operatörer hyra ledningar i accessnätet (enligt den s.k. LLUB-förordningen<sup>20</sup>). Antalet anslutningar till följd av LLUB-förordningen

**DIAGRAM 20: Marknadsandelar – samtliga trafikintäkter för fasta samtalstjänster (nationella samtal och internet, från fast- till mobilnät samt internationella samtal)**



Källa: Post- och telestyrelsen, PTS (Svensk telemarknad 2003).

**DIAGRAM 21: Antalet abonnemang samt antalet förvalskunder för fast telefoni (tusental)**



Antalet abonnemang är inte helt rättvisande jämförelsemått eftersom en kund kan ha flera abonnemang. Det är ändå tydligt att antalet förvalskunder ökat stort sedan år 1999, då reformen om förvalstelefonei infördes.

Källa: Post- och telestyrelsen, PTS (Svensk telemarknad 2003).

\*) Avser det totala antalet aktiva kunder och aktiva förvalskunder till fast telefoni.

## Elektronisk kommunikation

uppgick andra kvartalet 2004 till ca 100 000. De uthyrda kopparaccesserna används främst för bredbandsanslutningar till Internet, inte för att erbjuda fasta telefoniabonnemang.

Telia har aviserat att de avser att låta andra operatörer återförsälja telefonabonnemang. Operatören fakturerar då abonnemangsavgiften och kunden behöver inte ha någon direkt relation med Telia. Detta innebär relativt låga inträdeshinder för den operatör som vill kunna ha hela relationen med slutkunden. Utrymmet för prisdifferentiering är dock litet och det återstår att se i vilken utsträckning det kommer att innebära lägre priser för abonnemang. Under 2003 introducerades också IP-telefoni i Sverige på allvar, bl.a. av Bredbandsbolaget. IP-telefonin innebär att kunderna använder sin bredbandsanslutning till Internet för telefoni istället för att använda den fasta anslutningen till Telia. PTS uppskattar att antalet abonnemang för IP-telefoni uppgick till omkring 40 000 i slutet av 2003, varav den övervägande delen tillkom under året. Det förväntas också framöver bli vanligare att ringa via kabel-tv-nät, något som erbjuds bl.a. i Storbritannien. Kabel-tv-operatören Com Hem har under hösten 2004 lanserat telefoni över delar av sitt kabel-tv-nät.

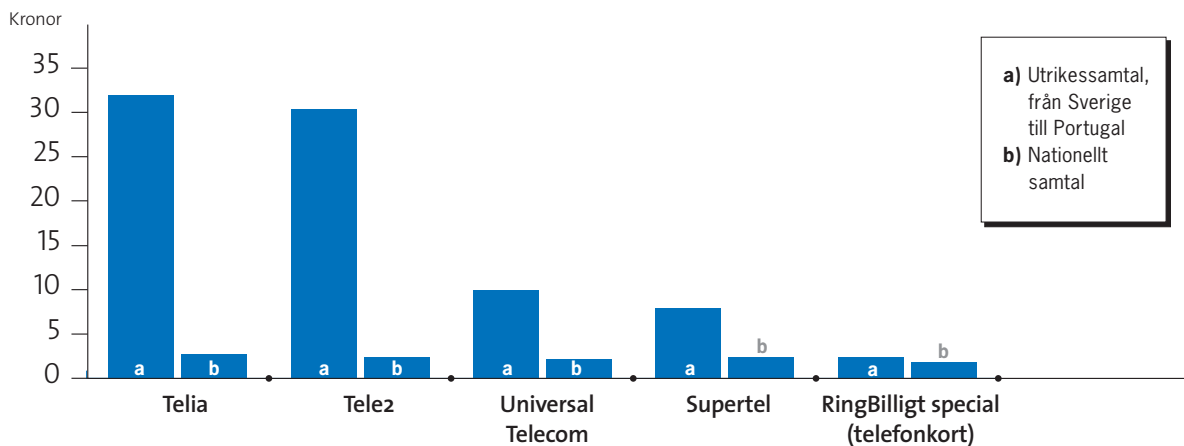
Hittills har således marknaden för fasta teletjänster huvudsakligen kännetecknats av tjänstebaserad konkurrens, dvs. att Telias konkurrenter framför allt konkurrerar genom att erbjuda teletjänster utan mer omfattande egen infrastruktur. Tjänstebaserad konkurrens sätter tryck på det dominerande företaget när det gäller service, effektivitet gentemot slutkund samt priser. Om infrastrukturbaserad konkurrens är möjlig, är den emellertid ofta att föredra framför tjänstebaserad konkurrens. Det beror bl.a. på att behovet av reglering är mindre, vilket gör att risken för regleringsmisslyckanden minskar. Med infrastrukturbaserad konkurrens

uppkommer därtill ett tryck på dominanten att uppgradera och förnya infrastrukturen, att differentiera prisstrukturer och att effektivisera verksamheten överlag. Om skalfördelarna är tillräckligt stora, skulle dock tjänstebaserad konkurrens kunna vara mer effektiv. (Läs mer om regleringar i avsnittet "Tillträdesreglering").

I och med att konkurrensen har hårdnat på marknaden för fasta teletjänster har priserna sjunkit betydligt, framför allt när det gäller långdistans- och utlandssamtal. Olika operatörers minutpriser och övriga villkor skiljer sig kraftigt åt, i synnerhet på samtal till utlandet och till mobila nät. Under 2004 har vissa operatörer också börjat erbjuda kunder att mot en fast månadsavgift ringa till det fasta nätet utan minutavgifter. Prisskillnaderna ger en aktiv konsument stora möjligheter att spara pengar, men kräver också prisjämförelser för just de tjänster som konsumenten efterfrågar.

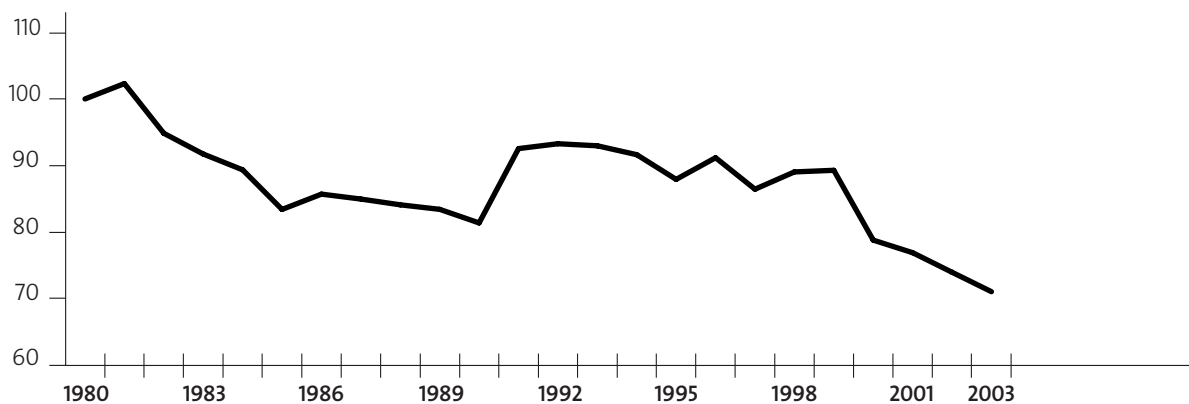
De trafikrelaterade intäkterna för operatörer med fasta samtalstjänster härrör till ca tio procent från internationella samtal och till hälften från nationella samtal. Den resterande delen av intäkterna, ca 40 procent, omfattar samtal från fast anslutning till mobilnät, trots att dessa samtal endast svarar för drygt sju procent av samtalstrafiken. Att en så stor del av intäkterna kommer från samtal till mobilnät beror på de höga minutpriserna, vilka förklaras av att operatörerna för fasta samtalstjänster får betala höga avgifter för samtrafik (framför allt terminering) i mobilnäten. Tidigare har endast mobiloperatören Telias samtrafikavgifter varit reglerade, men 2004 har PTS, med stöd av EkomL, beslutat att även Tele2 och Vodafone ska tillämpa kostnadsorienterad prissättning i de egna mobilnäten. Operatörerna har överklagat PTS beslut och frågan kommer att prövas i länsrätten.

**DIAGRAM 22: En enkel prisjämförelse under högtaxa 10 min, från fast till fast telefon, kronor, juni 2004**



Källa: Post- och telestyrelsen (PTS) och RingBilligt.nu.

**DIAGRAM 23: Utveckling av priset för teletjänster och utrustning jämfört med konsumentprisindex (KPI)\*, 1980–2003, (1980=100)**



Källa: Konkurrensverket (*Monopolmarknader i förändring*).

\*) Relativpriset har beräknats som kvoten av delindex för teletjänster och KPI totalt, årsmedelvärden.

## Elektronisk kommunikation

### MOBIL TELEFONI

Sedan mitten av 1990-talet har den svenska mobiltelemarknaden haft en mycket stark tillväxt. De senaste åren har tillväxttakten för mobilabonnemang legat stabil kring tio procent och antalet abonnemang uppgick den 31 december 2003 till drygt 8,8 miljoner.

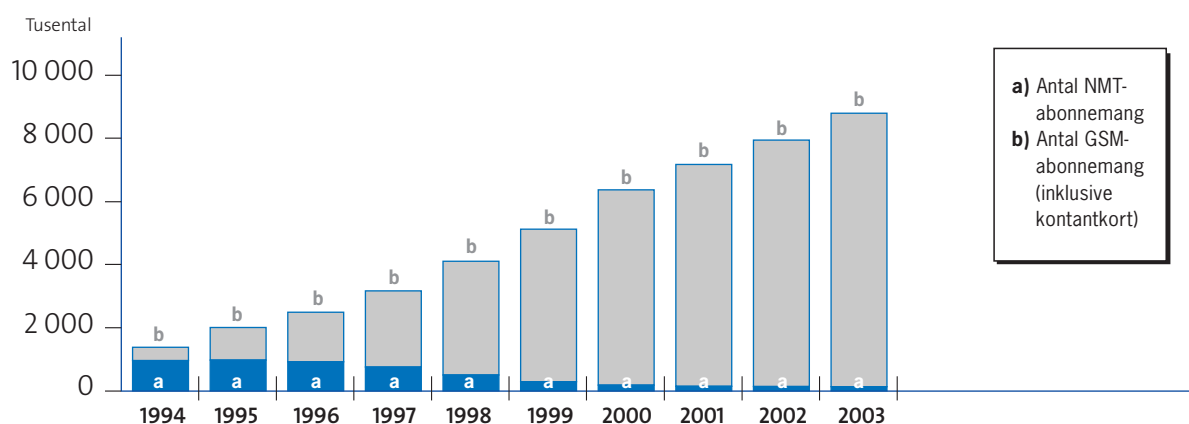
Då fanns omkring 20 mobiloperatörer som aktivt erbjöd mobila tjänster i Sverige, varav tre operatörer hade egna GSM-nät: Telia, Tele2 och Vodafone. Mobiloperatörerna som inte hade egna nät var aktiva som tillhandahållare av tjänster. Tjänstetillhandahållarnas andel av marknaden är dock liten. Sammanlagt har de en marknadsandel på drygt tre procent, beräknat på antal abonnemang.

År 2000 fattade PTS beslut om att tilldela fyra UMTS-tillstånd, för den s.k. tredje generationens mobiltelefoni, till operatörerna Tele2, Hi3G (Tre), Orange och Vodafone. Sedan dess har Telia och Tele2 ingått ett samarbete om utbyggnad och drift av ett UMTS-nät. Konkur-

rensverket har prövat samarbetsavtalet enligt reglerna i konkurrenslagen. Det väsentliga var att Telia och Tele2 skulle fortsätta att vara aktiva konkurrenter och efter vissa ändringar, bl.a. när det gäller bestämmelser avseende beslut om investeringar och fördelning av nätkapacitet, bedömde Konkurrensverket att det fanns förutsättningar för att bevilja undantag från förbudet mot konkurrensbegränsande samarbete. Även Tre, Vodafone och Orange har tecknat ett samarbetsavtal om UMTS-infrastruktur, vilket Konkurrensverket har prövat och medgivit undantag för. Orange har dock klargjort att företaget inte har för avsikt att anlägga något UMTS-nät i Sverige.

Marknaden för mobil telefoni kännetecknas av infrastrukturbaserad konkurrens. Längre fanns endast tre nätoperatörer och det har därför funnits en viss oro beträffande konkurrensen dem emellan. Marknaden visar emellertid tendenser till ökande prispress på slutkundsmarknaden, vilket bl.a. beror på att

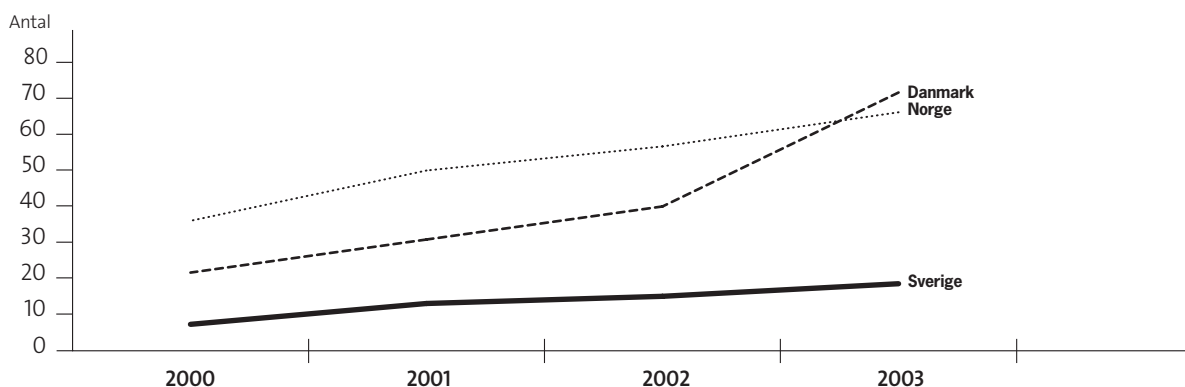
**DIAGRAM 24: Mobila samtalstjänster – antal abonnemang och kontantkort**



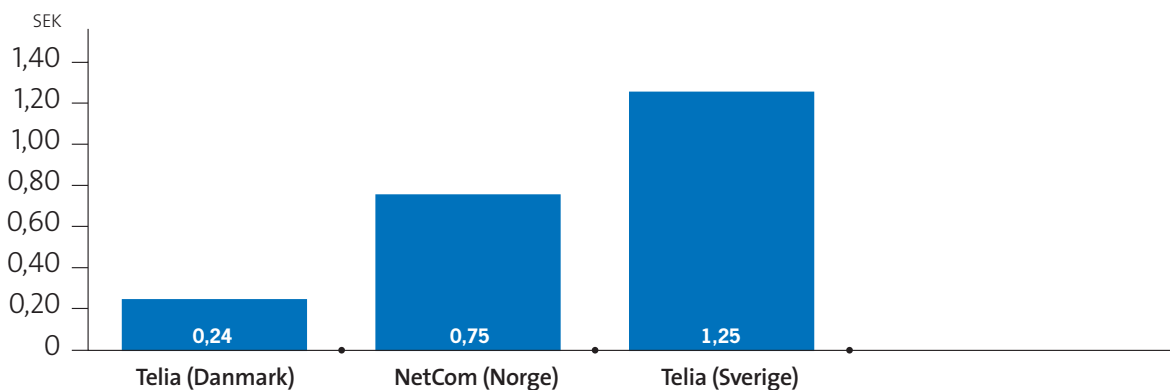
Källa: Post- och telestyrelsen, PTS (Svensk telemarknad 2003).

”Att Telia fortfarande har en stark ställning på marknaden beror bl.a. på Telias kontroll över det enda accessnätet, i form av kopparledningar från telestation till kund, som når i princip alla hushåll och företag i Sverige.”

— **DIAGRAM 25: Genomsnittligt antal skickade SMS per GSM-kund och månad**



— **DIAGRAM 25b: Exempel på SMS-priser i Sverige, Norge och Danmark (TeliaSoneras SMS-priser vid användning av kontantkort), SEK**



Det går inte att utifrån dessa grafer dra slutsatser om varför det finns så pass stora prisskillnader. Sannolikt kan de inte endast förklaras av skillnader i exempelvis investeringskostnader mellan länderna, utan också skillnader i konkurrenstryck på de olika marknaderna. Källa: Post- och telestyrelsen, PTS (Svensk telemarknad 2003).

## Elektronisk kommunikation

en fjärde nätoperatör, Tre, under 2003 har kommit in på marknaden. Även operatören Djuce, som delvis har egen infrastruktur, har bidragit till den ökande prispressen. Detta är en indikation på att infrastrukturbaserad konkurrens ger ett större tryck på de etablerade operatörerna än den tjänstebaserade konkurrens som företag utan egen infrastruktur har åstadkommit.

Med lägre priser på mobiltelefoni kan det bli intressant för fler konsumenter att avstå från det fasta telefonabonnemanget och därigenom minska sina totala utgifter för telefoni. En ökad utbytbart mellan fast och mobil telefoni skulle öka konkurrensstrycket för den fasta telefonin.

### INTERNETTJÄNSTER

Marknaden för Internetaccess kan grovt delas in i två huvuddelar: access via uppringd respektive fast anslutning. Det finns omkring 120 företag som tillhandahåller Internetaccess. Det finns i dag fler företag som tillhandahåller access via fast anslutning än via uppringd anslutning.

Andelen kunder med uppringd access minskar samtidigt som tillväxten är hög för fasta anslutningar. Den gradvisa övergången till fast anslutning har gjort kontrollen över accessnäten mer betydelsefull, eftersom den vanligaste typen av bredbandsanslutning, olika former av DSL-anslutningar, använder sig av Telias kopparaccessnät. Sett till DSL-anslutning hade Telia närmare 70 procent av kunderna. Näst vanligast av de fasta anslutningsformerna var kabel-tv-näten, följt av LAN.

Andra operatörer har möjlighet att erbjuda DSL-anslutningar över Telias accessnät. Detta kan ske antingen genom återförsäljning av Telias produkt eller genom LLUB. LLUB innebär att operatören har möjlighet att använda egen teknisk utrustning, vilket ger operatören större möjlighet att differentiera sitt erbjudande i för-

hållande till Telia. Trots att LLUB-förordningen infördes i januari 2001 tog inte tillväxten fart förrän andra halvåret 2003. Från halvårsskiftet 2003 till halvårsskiftet 2004 ökade DSL-anslutningar baserade på LLUB från en relativt obetydlig andel till ca 15 procent av det totala antalet DSL-anslutningar. Även om konkurrenterna använder samma accessnät som Telia, innebär deras ökade användning av LLUB ett steg mot infrastrukturbaserad konkurrens, i jämförelse med den rena återförsäljningen av Telias produkt.

Övergången till fast Internet-anslutning har också fått betydelse för möjligheten att lansera IP-telefoni, eftersom kunden då kopplar sin vanliga fastnätstelefon till bredbandsnätet eller till sin DSL-access via en dosa.

20) Local Loop UnBundling, Europaparlamentets och Rådets förordning (EG) nr 2887/2000 av den 18 december 2000 om tillträde till accessnät.

### Läs mer om elektronisk kommunikation i:

Broadband access in the EU: situation at 1 January 2004 (Europeiska kommissionen)

Konkurrensen i accessnätet, tredje rapporten 2004 (PTS)

Monopolmarknader i förändring (Konkurrensverket 2004:3)

Svensk telemarknad 2003 (PTS)

Telecompetition – Towards a single Nordic market for telecommunication services?

(The Nordic competition authorities 2004).

## Finansiell verksamhet



## Finansiell verksamhet

### Finanssektorn – en sektor i förändring

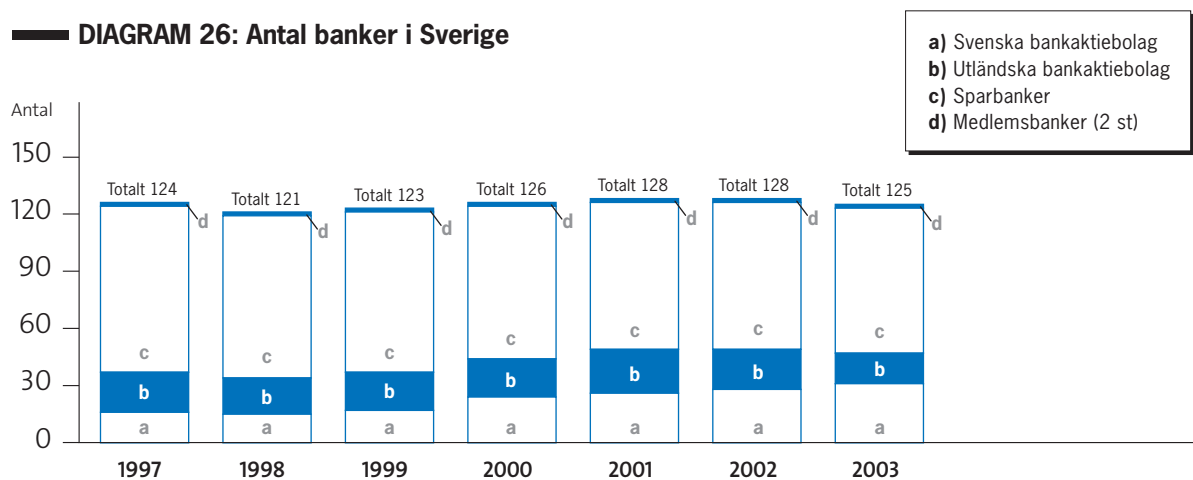
Under året har bankerna förlorat sitt monopol på inlåning som omfattas av den statliga insättningsgarantin, vilket kan komma att medföra att bankerna får större konkurrens om inlåningskunderna. På försäkringsområdet har regeringen lagt fram ett förslag om att införa obligatorisk flytträtt för livförsäkringstagare, vilket skulle ge försäkringstagare större möjlighet att byta livbolag. Åtgärden kan bidra till att stimulera konkurrensen, eftersom svårigheter för konsumenterna att byta leverantör är en central orsak till den höga koncentrationen när det gäller bank- och försäkringstjänster till privatkunder och små och medelstora företag.

Sektorn för finansiell verksamhet svarade 2003 för ca tre procent av Sveriges BNP, men ett sådant mått underskattar dess betydelse i svensk ekonomi. Sektorn för finansiell verksamhet inkluderar ett stort antal aktörer med helt eller delvis olika typer av verksamhet. I sektorn verkar exempelvis kreditgivande institut (banker och kreditmarknadsinstitut), placerare (fondbolag, försäkringsbolag och pensionsfonder) och värdepappersbolag.

#### KREDITGIVANDE INSTITUT

Bland de kreditgivande instituten (banker, bostadsinstitut och finansbolag) har bankerna länge haft en nyckelroll. Förutom att de är stora aktörer i kreditgivningen har de traditionellt haft monopol på inlåning som omfattas av den statliga insättningsgarantin.

— **DIAGRAM 26: Antal banker i Sverige**

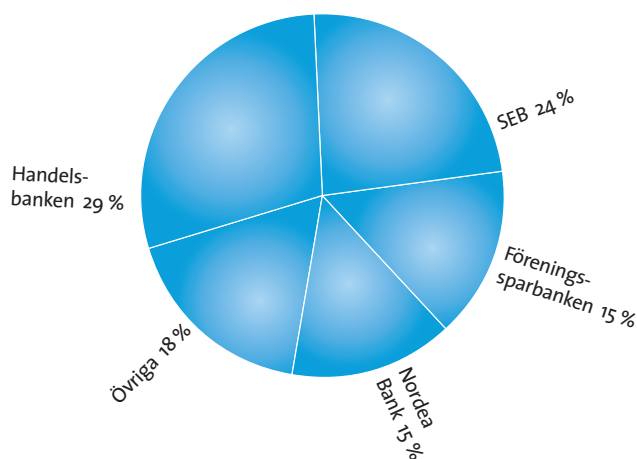


Källa: Sveriges Riksbank (Den svenska finansmarknaden 1997–2003).

Den 1 juli 2004 infördes emellertid lagen om bank- och finansieringsrörelse som bl.a. innebär att bankernas monopol på garanterad inlåning försvinner. Lagen är det senaste steget i en process som innebär att även kreditmarknadsbolag kan ta emot inlåning som omfattas av den statliga insättargarantin om högst 250 000 kronor. Hittills har åtminstone två kreditinstitut utnyttjat möjligheten att ta emot inlåning från kunder utan att vara banker. Det är emellertid svårt att avgöra om den här möjligheten på längre sikt kommer att öka konkurrensen på marknaden.

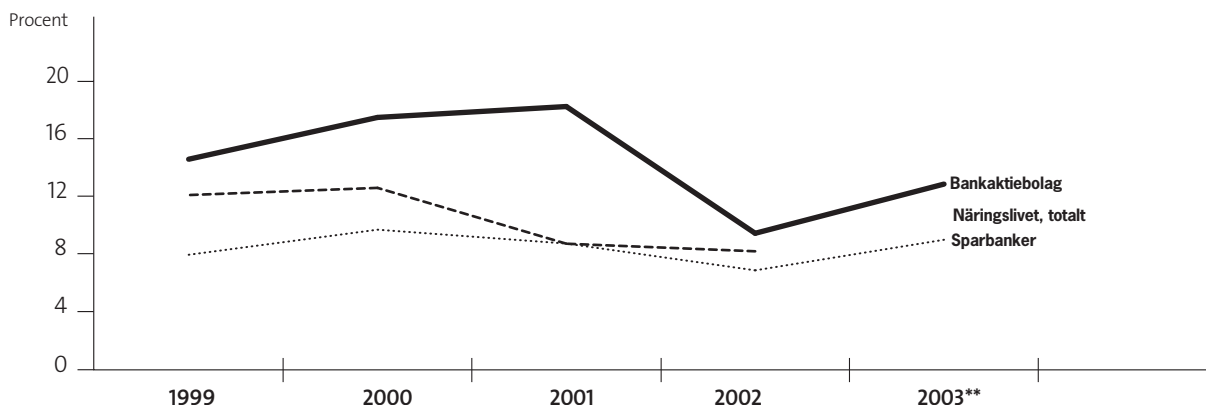
I slutet av 2003 fanns ca 125 banker i Sverige. Bankerna kan grovt indelas i grupperna storbanker (Handelsbanken, SEB, Förenings-sparbanken och Nordea), fristående sparbanker och nyetablerade aktörer som

**DIAGRAM 27: De största bankerna och bankfilialerna vid utgången av 2003 (balansomslutning), andelar**



Källa: Sveriges Riksbank (Den svenska finansmarknaden 2004), bearbetning av Konkurrentverket.

**DIAGRAM 28: Avkastning på eget kapital\***



Avkastningen på eget kapital för, i synnerhet, bankaktiebolag är högre än för näringslivet i genomsnitt. Det borde göra det attraktivt för nya företag att träda in på marknaden. Källa: SCB

\*) Beräknat såsom kvoten av rörelseresultat och summan av eget kapital och 72 procent av obeskattade reserver.

\*\*) Uppgifterna för 2003 är preliminära.

## Finansiell verksamhet

exempelvis utländska filialer och nischbanker. År 1986 blev det möjligt för utländska banker att etablera verksamhet i Sverige via dotterbolag. Sedan dess har ett flertal stora utländska banker etablerats i Sverige, varav Danske Bank (efter förvärvet av Östgöta enskilda bank) är den i särklass största. Inledningsvis erbjöd nischbankerna inte ett fullt sortiment av banktjänster, men i flera fall har sortimentet utökats. Utmärkande för nischbankerna är också att kundkontakter huvudsakligen hanteras via Internet eller telefon.

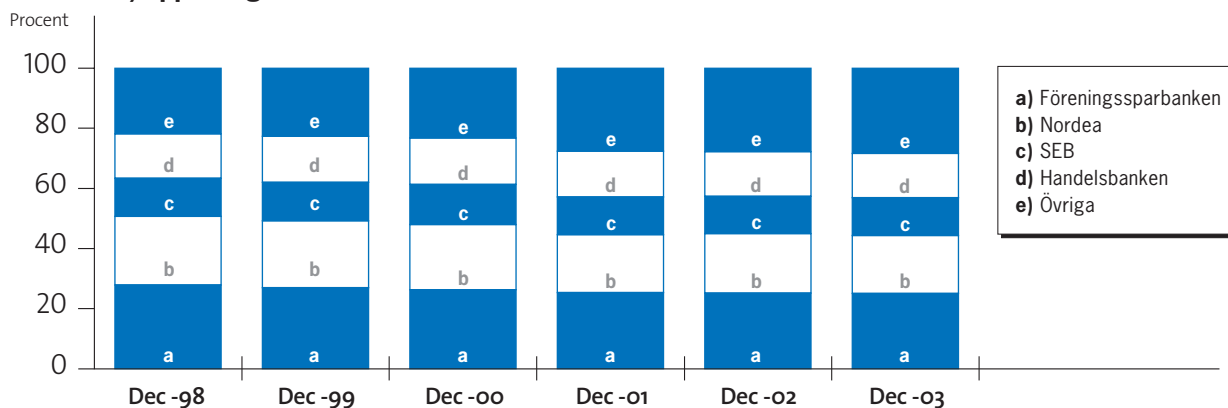
Trots inträdet av nya aktörer på bankmarknaden står de fyra svenska storbankerna sammanlagt för drygt 80 procent av bankernas totala balansomsättning. Inte heller när det gäller in- och utlåning till hushåll har storbankernas andelar minskat särskilt kraftigt.

För att etablera bankverksamhet krävs det i praktiken tillträde till bankernas betalningssystem (t.ex. Bankgirocentralen, Dataclearingen

och CEKAB, liksom till Riksbankens RIX). Tillträdesvillkoren är viktiga för konkurrenterna och om de tillämpas så att de missgynnar nyetablerade och mindre aktörer kan de försvåra nyinträde på marknaden.

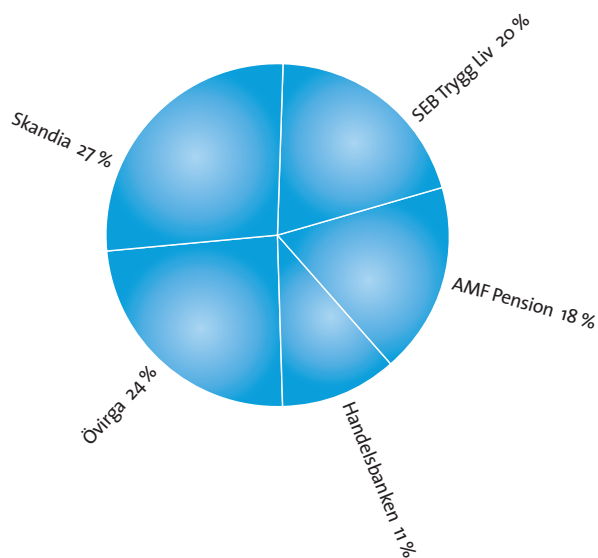
Att kunderna i så pass liten utsträckning byter bank är en viktig orsak till den fortsatta höga koncentrationen när det gäller såväl in- som utlåning, eftersom en låg kundrörlighet medför att nya aktörer har svårt att öka sin kundstock. Trögrörligheten beror bl.a. på långa bindningstider för lån, ett komplext utbud av tjänster som försvårar jämförelser och på direkta kostnader för byte av bank, vilket i sin tur kan bero både på bankernas avgiftsstruktur och på skatteregler. På den finansiella marknaden är det därtill vanligt att tjänster kombineras i paket. Genom att erbjuda olika typer av rabatter som kopplas till omfattningen av kundens engagemang i företaget kan företagen öka kundlojaliteten.

**DIAGRAM 29: De stora bankernas andel av total in-/upplåning från hushåll**



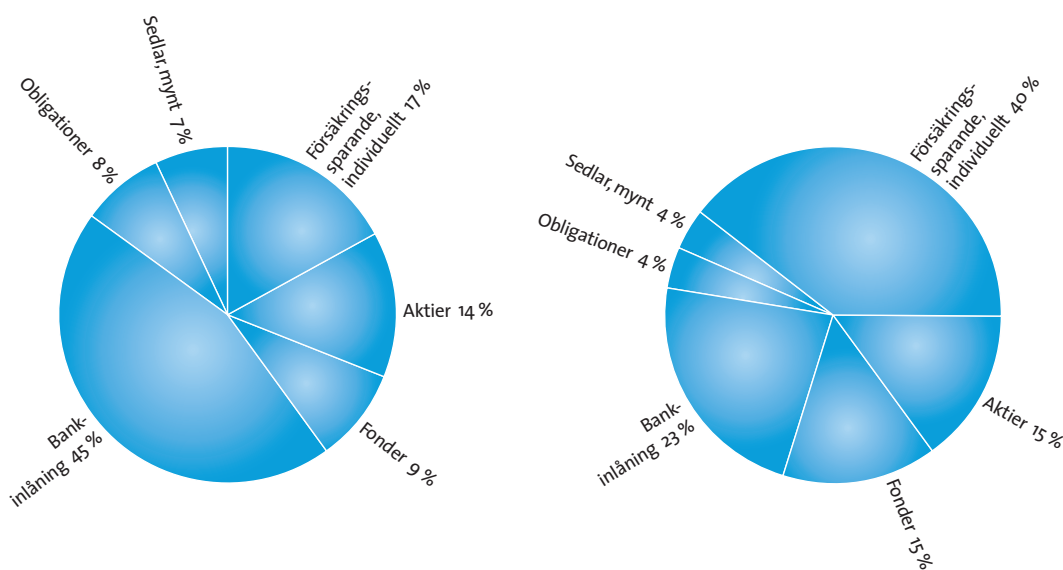
Källa: SCB.

**DIAGRAM 30: De största bolagen inom liv- och fondförsäkring 2003, marknadsandelar**



Källa: Svenska Bankföreningen (Bank och finansstatistik 2000-2003) och Sveriges Försäkringsförbund.

**DIAGRAM 31: Hushållens finansiella portfölj, december 1991 och 2003**



Källa: Finansinspektionen (Sparbarometer, Fjärde kvartalet 2003).

## Finansiell verksamhet

### FOND- OCH FÖRSÄKRINGSBOLAG

Till de aktörer som inte primärt ägnar sig åt kreditgivning hör exempelvis försäkringsbolag, fondbolag och pensionsfonder.

I Sverige finns ca 440 försäkringsbolag, men marknaden är koncentrerad till några få större bolag. Även när det gäller försäkrings-sparande är konsumenternas trögrörlighet ett hinder för konkurrensen, även om kunder hos försäkringsbolag oftare än bankkunderna byter bolag.

Under våren 2004 presenterade Finansdepartementet en promemoria, "Promemoria om flytträtt för pensionssparande". I promemorian föreslogs obligatorisk flytträtt för livförsäkringssparande, vilket ger försäkringstagaren möjlighet att lämna ett livförsäkringsbolag och föra över sitt sparande till ett annat bolag till en skälig avgift. Hittills har företagen haft en möjlighet att frivilligt införa flytträtt. En mer utbredd flytträtt skulle kunna motverka inlåsningsen av pensionskapital, vilket kan bidra till att en fungerande konkurrens på livförsäkringsområdet uppnås.

Fondbolagen utgör ytterligare en viktig grupp av placerare. I december 2003 bestod ca 15 procent av hushållens finansiella portfölj av fondsparande. Fonderna förvaltas av fondbolag. De fyra största fondbolagen, som står för ca 75 procent av fondsparandet, ägs av de fyra storbankerna. Den senaste tiden har dock fondbolag som ägs av försäkringsbolag ökat sin andel.

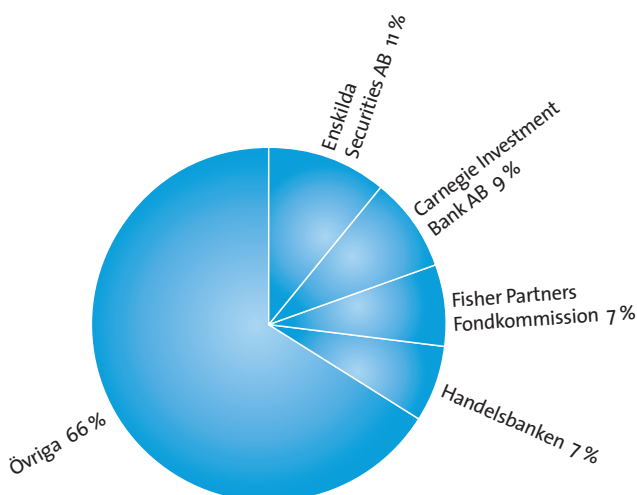
År 1998 fattade riksdagen beslut om ett nytt pensionssystem, som bl.a. innebär att pensionstagaren själv väljer hur en del av pensionspengarna, den s.k. premiepensionen, ska placeras. Det första valet i premiepensionssystemet skedde 1999. Det nya systemet är en bidragande orsak till att hushållens placeringar i fonder har ökat.

Även när det gäller fondsparande är konsumenternas trögrörlighet ett hinder för en effektiv konkurrens. Om det vore möjligt att skjuta upp reavinstskatt vid flytt av fondsparande skulle kundrörligheten sannolikt öka. Vid byte av fonder i premiepensionssystemet utgår ingen avgift och pensionsspararnas aktivitet har ökat kraftigt den senaste tiden. Under 2003 genomfördes 359 000 fondbyten, vilket kan jämföras med 232 000 byten under 2002.

### VÄRDEPAPPERSBOLAG

Det finns ett fyrtiotal värdepappersbolag i Sverige. Dessa handlar i värdepapper för framför allt annans räkning i eget namn. Till skillnad mot vad som är fallet på marknaderna

DIAGRAM 32: De fyra största aktörerna på Stockholmsbörsen 2003/2004\*



Källa: Stockholmsbörsen samt Finansinspektionen.

\*) Gäller augusti 2003–juli 2004.

för in- och utlåning och fondsparande så är kundrörligheten hög och koncentrationen låg på marknaden för värdepappershandel.

### KONSUMENTPERSPEKTIVET

De finansiella tjänstemarknaderna har under det senaste decenniet befunnit sig i en fas av aktiv utveckling. Marknadens utbudssida kännetecknas av att förändringar i regelverket genomförts för att öka rörligheten. Samtidigt har allt mer sofistikerade tekniska lösningar införts; främst i form av nya distributionsformer. Utbudet av tjänster har ökat i antal, variation och i vissa fall i komplexitet. De etablerade företagen har utvidgat sin verksamhet samtidigt som nya företag har etablerat sig på marknaden.

Nya frågor har emellertid aktualiserats vad gäller konsumenternas utnyttjande av dessa möjligheter. Har konsumenterna den information, tid och kapacitet som krävs för att kunna tillgodogöra sig de nya valmöjligheter som erbjuds?

Välinformerade och aktiva konsumenter som gör rationella val utifrån utbudet på marknaden är en förutsättning för att konkurrensen och därmed styrmekanismer mot mer kundvänliga produkter och beteenden hos de finansiella företagen ska fungera. Av betydelse här är att en konsument som vid varje tidpunkt vill utnyttja de för det egna hushållets behov mest lämpade tjänsterna fortlöpande måste informera sig dels om nya tjänster och aktörer, dels om de förändringar som sker med redan befintliga tjänster.

En utveckling där konsumenternas kunskaper och engagemang inte ändras i takt med de nya krav som ställs riskerar att leda till att konsumenterna inte uppmärksammar möjligheter i form av nya aktörer som erbjuder attraktiva tjänster. En utveckling som även får till följd att redan väl etablerade aktörer inte

känner sig tvingade att konkurrera med effektiva lösningar och fördelaktiga priser.

I sammanhanget bör nämnas att bankerna kan göra det svårare och mer kostsamt för konsumenterna att byta leverantör av finansiella tjänster, genom att de styr över produkternas utformning och över pris- och avgiftsstrukturen.

### HARMONISERING INOM EU

I samband med introduktionen av euron 1999 publicerade Europeiska kommissionen en plan för att skynda på framväxten av en integrerad marknad för finansiella tjänster i Europa, "the Financial Services Action Plan". Planen identifierade en rad åtgärder som samtliga syftade till att säkerställa att fördelarna med en gemensam valuta skulle kunna tas tillvara och att den europeiska finansiella marknaden skulle fungera optimalt. I den senaste utvärderingen av planen, som publicerades i juni 2004, konstaterar kommissionen att 93 procent av åtgärderna hittills har genomförts. Men kommissionen konstaterar samtidigt att resultatet av harmoniseringen av reglerna beror på hur väl varje enskilt land implementerar dem.

## Finansiell verksamhet

### KONKURRENSVERKETS ÄRENDEN

Sveriges Försäkringsförbund ansökte 2003 om icke-ingripandebesked/undantag för en branschrekommendation att inte lämna offert eller träffa avtal om storleken på den ersättning som försäkringsmäklare får vid förmedling av direkt skadeförsäkring (dnr 727/2003). Konkurrensverket ansåg att rekommendationen var konkurrensbegränsande i vissa avseenden, men inte märkbart konkurrensbegränsande, varför ansökan om icke-ingripandebesked bifölls. Beslutet har överklagats till Marknadsdomstolen.

Visa Sweden Förening och Visa International Service Association respektive Föreningen Europay Sweden och ett antal banker ansökte om icke-ingripandebesked/undantag för den s.k. icke-diskrimineringsregeln (dnr 359/1995, 490/1995 och 784/1996). Den innebär att handlare eller andra kortmottagare ska acceptera kort som betalning för varor eller tjänster till samma pris som gäller vid betalning med kontanter. Mot bakgrund av Europeiska kommissionens praxis ansåg Konkurrensverket att den aktuella regeln inte omfattas av förbuden i konkurrenslagen. Ansökan om icke-ingripandebesked bifölls.

### Läs mer om finansiell verksamhet i:

Den svenska finansmarknaden 2004  
(Sveriges riksbank 2004)  
Finanssektorns stabilitet 2003  
(Finansinspektionen 2003)  
Konkurrensen i Sverige 2002  
(Konkurrensverket 2002:4)  
Konsumentörligheten på de finansiella  
marknaderna (Konkurrensverket 2001:5)  
Konkurrens på bankmarknaden –  
betalningsförmedling och villkor får nya aktörer  
(Konkurrensverket 1999:2)

## El och gas



## El och gas

## Den nordiska elhandeln viktig för prisbildningen på el i Sverige

Koncentrationen vad avser elproduktion är hög i Sverige. Samtidigt har den svenska marknaden alltmer integrerats med andra nordiska länder. Handeln med el inom Norden är därför mycket viktig för prisbildningen på el i Sverige.

Elsektorn kan delas in i produktion, nätverksamhet (distribution och transmission) och elhandel. År 1996 öppnades elproduktionen och elhandeln för konkurrens. Nätverksamheten ansågs vara ett naturligt monopol och undantogs från konkurrensutsättningen.

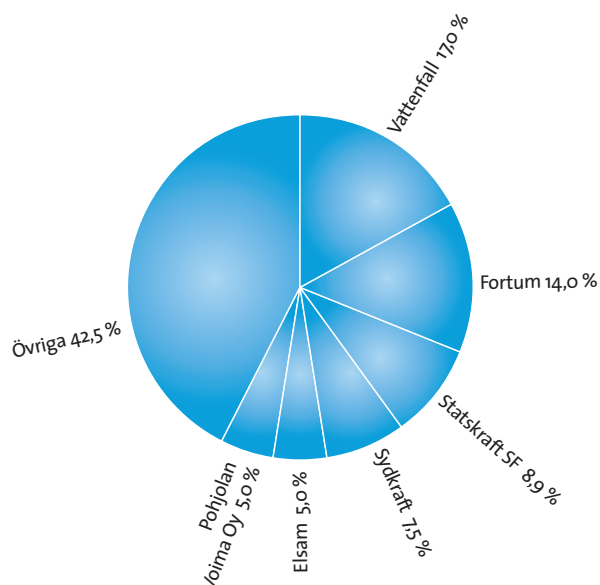
### PRODUKTION

Elproduktionen i Sverige har sedan länge varit koncentrerad till ett fåtal större aktörer. Genom att de stora producenterna har genomfört uppköp av mindre och medelstora producenter de senaste tio åren har koncentrationen bland elproducenterna ökat. De tre största producenterna, Vattenfall, Sydkraft och Fortum, svarar tillsammans för över 85 procent av elproduktionen i Sverige.

Den höga koncentrationen av elproduktionen i Sverige gör konkurrensen på marknaden särskilt beroende av en fungerande nordisk handel. Under det senaste decenniet har den nordiska marknaden öppnats upp och el handlas nu på den nordiska börsen för el, Nord Pool.

För att handeln mellan de nordiska länderna ska fungera tillfredsställande krävs att överföringskapaciteten mellan länderna är tillräcklig. I dag uppkommer ibland flaskhalsar

DIAGRAM 33: Nordens\* största elproducenter 2003, andel av total produktion



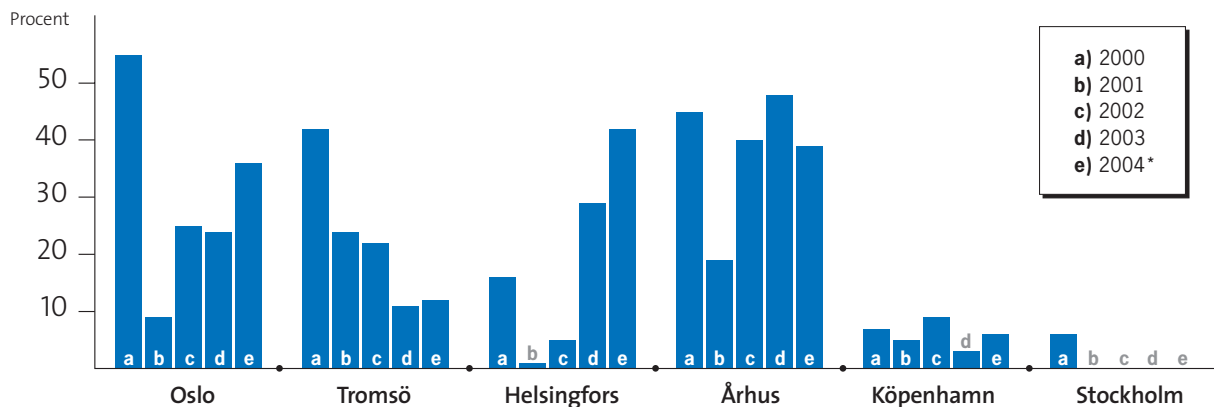
Utbudet av el på Nord Pool är mindre koncentrerat än produktion av el i Sverige. Källa: Statens energimyndighet, STEM (Elmarknaden 2004).

\*) Exklusive Island.

då överföringskapaciteten inte räcker till för den önskade handeln. Vid dessa tillfällen delas marknaden in i regioner och prisskillnader uppstår mellan regionerna. Hur marknaden delas beror på var flaskhalsarna uppkommer.

En stor del av tiden utnyttjas emellertid inte överföringskapaciteten fullt ut. Exempelvis är utnyttjandegraden mellan Sverige och Jylland (det område som störst del av tiden har

**DIAGRAM 34: Andel av total tid då Nord Pools prisområden varit isolerade från övriga prisområden**



Ca 5 procent av tiden under år 2000 var prisområde Sverige helt isolerat från alla andra prisområden. Under följande år var den andelen mindre än 1 procent. Det har emellertid förekommit överföringsproblem till enskilda prisområden under tidsperioden.

Källa: ÅF-Energi & Miljö AB och TelgeKraft AB (Utredning av råkraftmarknaden 2004) samt Nord Pool.

\*) Januari-april år 2004.

avvikit från systempris och övriga områdespriser) i genomsnitt 50 procent. När kapaciteten inte utnyttjas maximalt är elpriset detsamma i regionerna.

Den tid som Sverige utgör ett helt eget prisområde är mycket begränsad. Den största delen av tiden är Sverige således en del av ett större sammanhängande prisområde, men detta utgörs inte alltid av hela Norden.

Under 2001 var Norden ett gemensamt prisområde drygt 50 procent av tiden, under 2002 omkring 35 procent av tiden och under 2003 drygt 25 procent av tiden. Att andelarna förändras från år till år beror framför allt på variationer i väderleken (nederbörd och kyla).

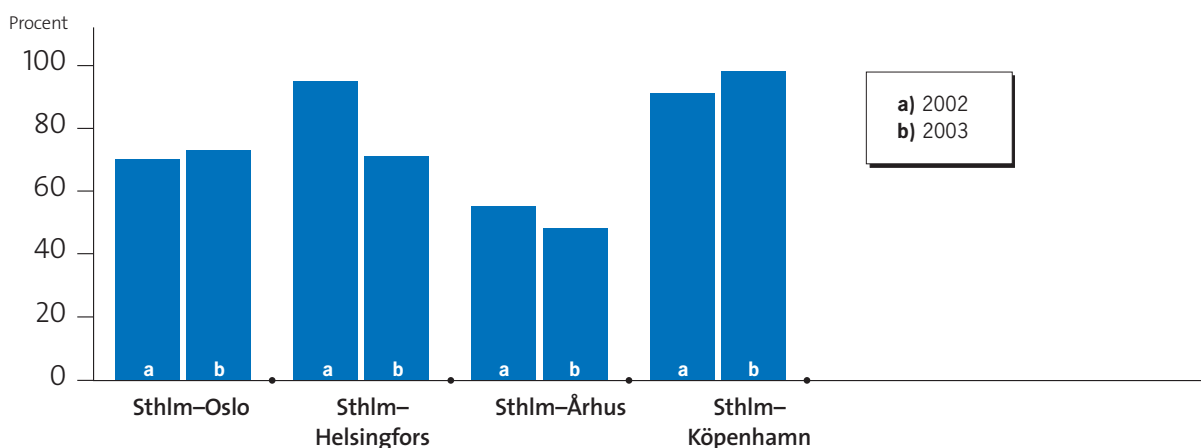
I brist på tillräcklig överföringskapacitet är det också viktigt att inträdet på marknaden för elproduktion underlättas. Marknaden kännetecknas dock av höga inträdeshinder. I dag står troligen anläggningar som utnyttjar förnybara energikällor för den främsta möjligheten till etablering av elproduktion. Ett annat intressant

alternativ är naturgaseldade kraftvärmeverk.

För drygt ett år sedan infördes i Sverige ett nytt system baserat på handel med s.k. elcertifikat, som ska stödja produktionen av förnybar el. Förhoppningen är att systemet ska stimulera inträde på marknaden. Producenter av förnybar el tilldelas certifikat och användarna av el måste köpa ett visst antal certifikat. Därigenom får producenten extra stöd, vilket ska kompensera för att produktionskostnaden för förnybar el normalt är högre än för annan elproduktion. Det är än så länge för tidigt att utvärdera hur systemet har fungerat när det gäller inträde av nya företag/produktion, men beräkningar från Statens energimyndighet (STEM) visar att systemet har blivit dyrare än väntat för elkunderna. Det har också visat sig att vissa företag, hellre än att köpa elcertifikat, har betalat en särskild straffavgift som utfaller om företaget inte har köpt det antal elcertifikat det är skyldigt till.

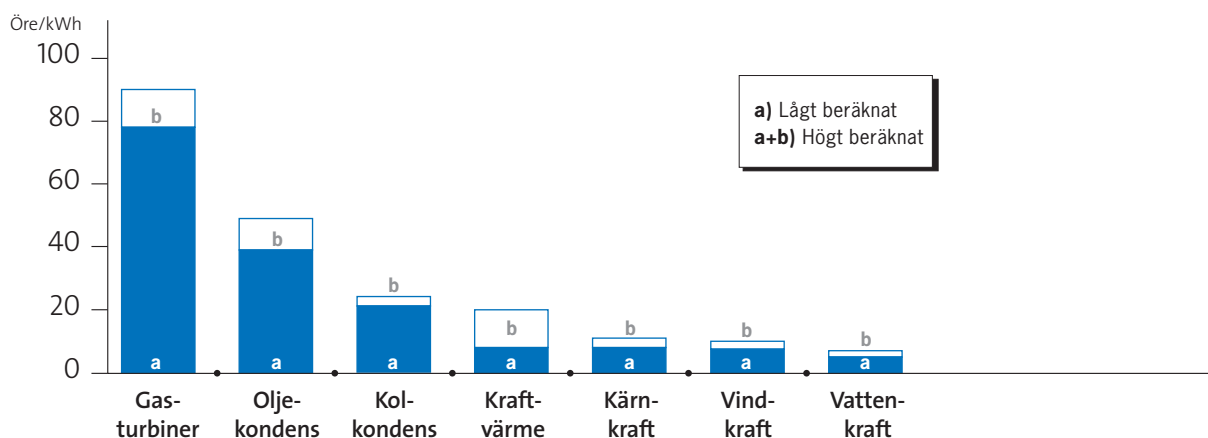
## El och gas

**DIAGRAM 35: Andel av tiden som Sveriges områdespriser sammanföll med andra områdespriser 2002 och 2003**



Diagrammet visar hur stor del av tiden områdespriser sammanfaller i olika regioner (prisområden), dvs. när överföringskapaciteten mellan dessa regioner är tillräcklig. Av de bilaterala förbindelserna mellan Sverige och andra regioner har den mellan Stockholm och Århus (Jylland) fungerat sämst under 2002 och 2003. Källa: ÅF-Energi & Miljö AB och TelgeKraft AB (Utredning av råkraftmarknaden 2004) samt Nord Pool.

**DIAGRAM 36: Rörlig elproduktionskostnad i Norden 2003**



Elprisets utveckling beror bl.a. på vilka produktionslag som utnyttjas för att producera efterfrågad el. Produktionslagen tas normalt i anspråk i stigande marginalkostnadsordning. En stor del av tiden är el producerad i danska och finska värmekraftverk eldade med olja prisstyrande på den nordiska elmarknaden. Stigande oljepriser innebär därför en press uppåt för elpriserna. Fasta kostnader per enhet tillkommer. Källa: Statens energimyndighet, STEM (Energimarknad 2004).

## NÄTVERKSAMHET

När elsektorn regelreformerades behölls monopolen i nätverksamheten. Det gäller både för de lokala elnäten (distribution) och för högspänningsnätet (transmission). Affärsverket Svenska kraftnät svarar för transmissionen. Monopolställningen gör att de lokala nätföretagen inte behöver konkurrera med andra företag i sin region och därmed finns det risk att de tar ut för höga priser av sina kunder. För att motverka att nätföretagen tar ut för höga priser av kunderna har det i Sverige införts en modell för att reglera nättarifferna, nätnyttomodellen. Modellen bygger på beräkningar av nätföretagens prestationer, dvs. antal kunder, överförd energi och effekt m.m. Vid överdebitering i relation till den beräknade prestationen blir företagen återbetalningsskyldiga. Modellen ska användas första gången i en granskning av 2003 års tariffer. Konkurrensverket är i princip positiv till modellen, men ser problem bl.a. med att använda företagets egna kostnadsberäkningar i modellen.

## ELHANDEL

Elhandelsbolagen levererar el till slutkunderna som de antingen producerat själva, köpt direkt från en elproducent eller köpt på Nord Pool. Priset på Nord Pool styr även priserna i den bilaterala handeln. Elhandeln förutsätter därför att prisbildningen på Nord Pool fungerar tillfredsställande. Uppfattningen hos flera aktörer<sup>21</sup> är också att prissättningen fungerar nöjaktigt.

En förutsättning för att det ska vara möjligt att etablera nya elhandelsbolag är att kunderna utnyttjar möjligheten att byta elleverantör. Rörligheten hos kunderna var till en början mycket låg, men har de senaste två åren ökat betydligt.<sup>22</sup> Vissa problem med byten har rapporterats, men enligt de flesta elhandelsföretag har problemen minskat och bytena fungerar

relativt tillfredsställande för kunderna i dag. Problem finns emellertid fortfarande när det gäller rapportering av mätvärden m.m. mellan nätbolag, elhandlare och Svenska kraftnät.

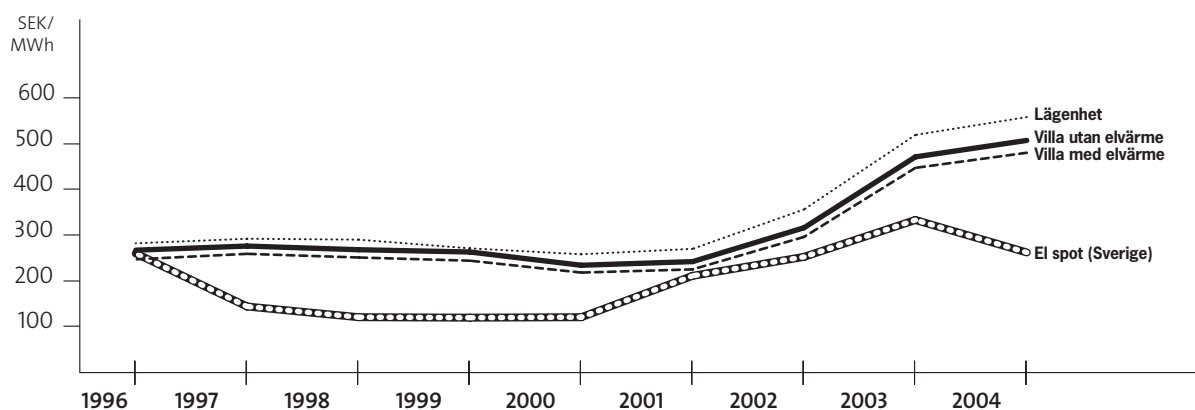
Ett annat potentiellt problem för ett fristående elhandelsföretag är risken att man inom vertikalt integrerade energikoncerner subventionerar den konkurrensutsatta elhandeln genom höga nätpriser. Den nya regleringsmodellen för nätavgifter, nätnyttomodellen, är tänkt att motverka detta.

Ytterligare ett problem på marknaden är den dåliga kopplingen mellan marknads elspotpris och konsumenternas elförbrukning. Om förbrukningen kunde kopplas till spotpriset, i stället för som i dag till ett långsiktigt genomsnittspris, skulle resultatet kunna bli en effektivare användning av elproduktionskapaciteten, vilket i sin tur skulle minska behovet av utbyggnad av överföringskapaciteten mellan de nordiska länderna.

Snart tio år efter regelreformereringen av elsektorn kvarstår vissa konkurrensproblem, exempelvis problem med flaskhalsar. Sedan marknaden öppnades för konkurrens har priset på el varierat mellan olika år, men sammantaget har priserna stigit, vilket har flera orsaker. Till viss del beror prisökningen på förhållandena på elmarknaden (hög koncentration, höga inträdes hinder m.m.), men ökade skatter har också påtagligt bidragit till utvecklingen. Mellan åren 1996 och 2004 har elskatten stigit från 9,7 till 24,1 öre per kWh. Hydrologiska förhållanden har därtill stor inverkan på utvecklingen av elpriset. De sjunkande priserna åren 1997 till 2000 samt den kraftiga uppgången av priset 2003, går till viss del att förklara med väderleksförhållanden.

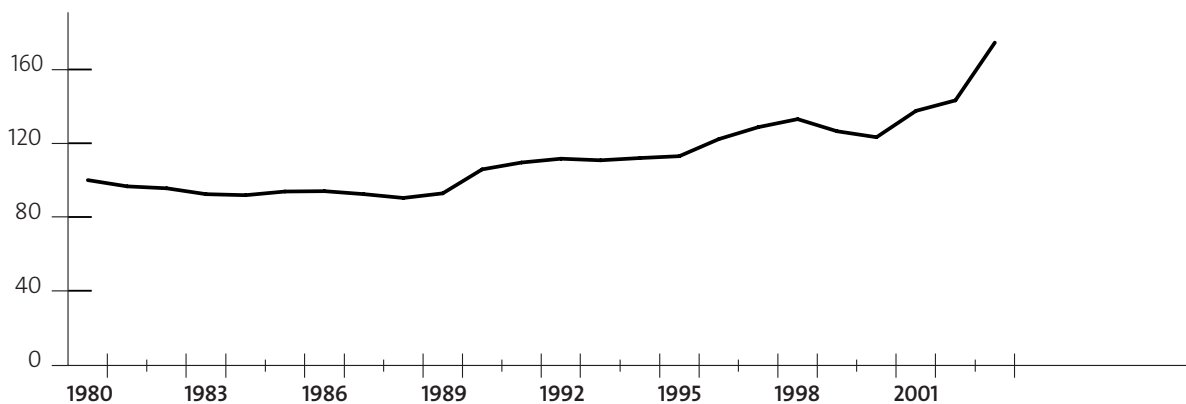
## El och gas

**DIAGRAM 37: Elspotpris Sverige och hushållspriser för el, SEK/MWh, årsmedelvärden**



Källa: SCB och Nord Pool.

**DIAGRAM 38: Utveckling av priset för hushållsel jämfört med konsumentprisindex (KPI)\*, 1980–2003 (1980=100)**



Källa: Konkurrensverket (Monopolmarknader i förändring) och SCB.

\*) Priset har beräknats som kvoten av delindex för hushållsel och KPI totalt, årsmedelvärden.

## NATURGASMARKNADEN

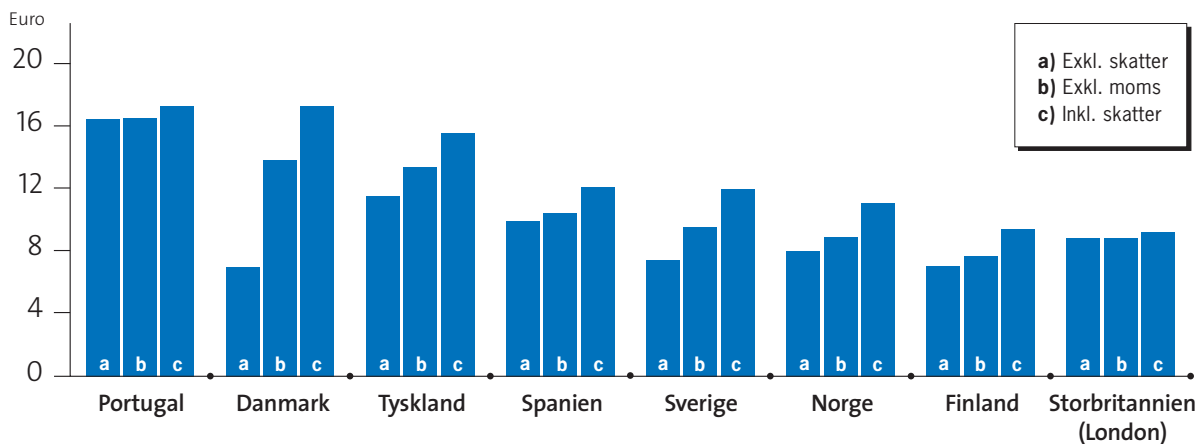
Omkring 25 procent av EU-ländernas samlade energibehov tillgodoses med naturgas. I Sverige svarar naturgas för ca två procent av den totala energianvändningen. I de svenska områden som nås av naturgasnätet uppgår användningen av naturgas till ca 20 procent av områdets totala energianvändning. Den totala förbrukningen av naturgas i Sverige uppgår till ungefär en miljard kubikmeter per år.

De huvudsakliga användningsområdena för naturgas är industriella processer och värmealstring i fjärr- och kraftvärmeverk, med ungefär 40 procent av den svenska förbrukningen vardera. Resterande 20 procent används av hushåll och som fordonsbränsle. Det svenska naturgasnätet täcker för närvarande en liten del av landet, men utbyggnader planeras. Den nyligen färdigställda utbyggnaden till Stenungsund är

den största som genomförts sedan nätet togs i bruk under 1980-talet. Sydkraft planerar en utbyggnad till Jönköping och vidare genom Östergötland till Mälardalen.

Naturgasmarknaden står inför en regelreformer som syftar till att skapa konkurrens på marknaden. Regelreformen sker successivt och kommer att leda till att alla kunder fritt kan välja naturgasleverantör. I och med reformen regleras också villkoren för tillträde till gasnätet, vilket ska ses mot bakgrund av att det europeiska gasnätet i stor utsträckning ägs av bolag som är verksamma på marknaden för försäljning av naturgas. Konkurrensverket ser positivt på denna utveckling. Verket har ett särskilt ansvar att värna om konkurrensen på marknader som genomgår en regelreformer.

**DIAGRAM 39: Elpris för hushåll med en årlig konsumtion av 35 000 kWh, relativpriser euro, 1 januari 2004**



Sverige har långt ifrån de högsta elpriserna i Europa. Tvärtom har Sverige bland de lägsta elpriserna för hushåll exklusive skatt bland de jämförda länderna. En jämförelse av elpriset för hushåll inklusive moms och elskatter ger dock en annan bild. Källa: Eurostat (*Electricity prices for EU households on 1 January 2004*).

## El och gas

Konkurrensverket prövade år 2004 Dong Naturgas A/S köp av Nova Supply AB. Båda bolagen säljer naturgas i Sverige. Konkurrensverkets utredning visade att förvärvet kunde leda till konkurrensproblem, eftersom det innebar att antalet företag av större betydelse på den dansk-svenska marknaden för grossistförsäljning av naturgas minskade från tre till två. Detta skulle kunna komma att hämma konkurrensen på naturgasmarknaden väsentligt. Eftersom marknaden präglas av långa avtalstider skulle förvärvet medföra att rådande marknadsstruktur bevarades och att möjligheten för potentiella konkurrenter att etablera sig i Sverige skulle minska. Dong åtog sig att erbjuda samtliga Nova Supply kunder en möjlighet att i förtid säga upp leveransavtalen, vilket kommer att leda till att en betydande del av den svenska naturgasförbrukningen konkurrensutsätts i samband med att regelreformeringsen av naturgasmarknaden träder i kraft under 2005. Åtagandena, som är förenade med ett vite på 30 miljoner kronor, gör att det vid ett och samma tillfälle finns tillgång till stora kundvolymerna som är utsatta för konkurrens. Detta ökar betydligt förutsättningarna för potentiella konkurrenter att träda in på marknaderna. I och med åtagandena bedömdes koncentrationen inte längre skapa eller förstärka en dominerande ställning som väsentligen hämmar utvecklingen eller förekomsten av en effektiv konkurrens. Förvärvet kunde därför genomföras.

---

### Läs mer om el och gas i:

A Powerful competition policy (The Nordic competition authorities 2003)  
Konkurrens på elmarknaden (SOU 2002:7)  
Konkurrensen i Sverige 2002 (Konkurrensverket 2002:4)  
Hantering och begränsning i det svenska överföringssystemet för el (Statens energimyndighet)  
Konsumenterna och den förnybara elen (Statens energimyndighet)  
Monopolmarknader i förändring (Konkurrensverket 2004:3)  
Uppföljning av leverantörsbytesprocessen (Econ)  
Utredning av råkraftmarknaden (ÅF Energi & Miljö AB och TelgeKraft AB)

---

21 Enligt en studie från ÅF-Energi & Miljö AB och TelgeKraft AB, baserad på ett fyrtiotal intervjuer med olika aktörer (myndigheter, kraftbolag, tillverkande industri, elhandlare m.fl.).

22 Enligt en attitydmätning från branschorganisationen Svensk Energi som har utförts av TEMO.

## Bygg och anläggning



## Bygg och anläggning

### Bygg och anläggning

På bygg- och anläggningsmarknaderna finns endast ett fåtal rikstäckande företag som kan åta sig stora byggprojekt. Inträdeshindren är betydande och består bl.a. i att byggstandarder skiljer sig mellan länderna inom EU, något som försvårar importkonkurrens. Att anbudsunderlag ofta utformas på ett sätt som gör det svårt för små byggföretag att lämna anbud är ytterligare ett inträdeshinder.

Byggmarknaden delas vanligtvis in i en sektor för husbyggnad och en för anläggning. I husbyggnadssektorn ingår exempelvis bostäder, industrier och sjukhus. I anläggningssektorn ingår markarbeten, vägar, broar, tunnlar m.m. Asfaltbeläggningssmarknaden utgör en betydande del av anläggningsmarknaden, eftersom omfattande asfaltarbeten vanligen krävs vid anläggning av vägar, broar, landningsbanor m.m. Marknaden för byggmaterial är en viktig delmarknad som i sin tur kan delas in i en rad marknader beroende på typen av material.

Byggpriserna har ökat mer än andra priser de senaste åren. Höga och snabbt stigande priser kan vara ett tecken på dålig konkurrens i sektorn, även om det också kan ha andra orsaker, exempelvis svag produktivitetsutveckling eller ökade insatsvarukostnader.

#### HUSBYGGNAD

I husbyggnadssektorn finns ett fåtal stora, rikstäckande företag – främst NCC Construction Sverige AB, Skanska Sverige AB och Peab Sverige AB – som har möjlighet att åta sig de stora byggprojekten. De här företagen har verksamhet inom såväl husbyggnads- som anläggningssektorn. Företagen verkar i hela

Sverige och bedriver dessutom verksamhet utanför landets gränser. Vid sidan av dessa finns ett fåtal medelstora företag och en stor mängd företag med färre än 50 anställda. Företag med fler än 50 anställda utgjorde 2003 ca en procent av det totala antalet företag, men svarade för 63 procent av omsättningen och 55 procent av antalet anställda.

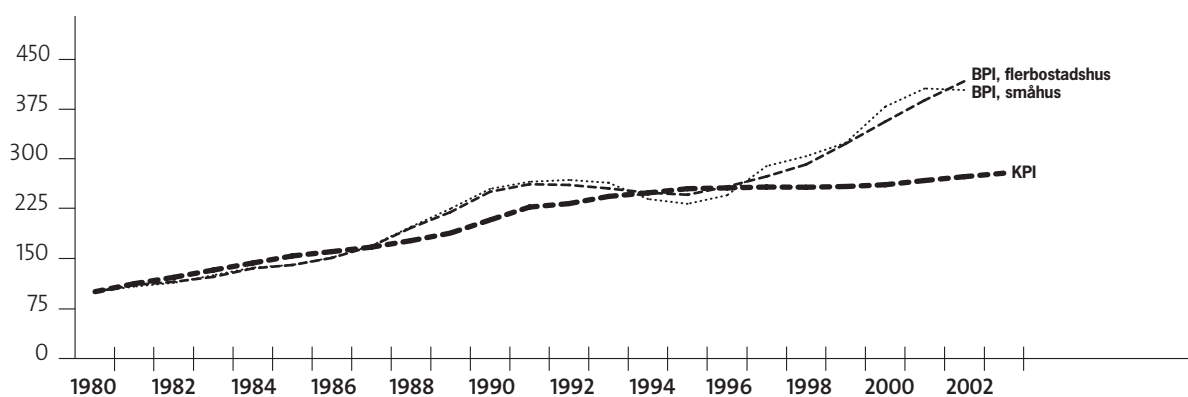
Inträdeshindren i sektorn är betydande. Byggverksamhet kräver god lokalkännedom, vilket försvårar för utländska aktörer. Etablering av utländska företag sker därför ofta genom uppköp av redan etablerade entreprenörsföretag. Ett annat problem kan vara bristande beställarkompetens hos en del beställare.<sup>23</sup> Detta kan exempelvis leda till att anbudsun-

■ TABELL 5. De stora byggföretagen 2002

	Omsättning entreprenad- verksamhet i Sverige, mkr	Antal anställda i Sverige
Skanska Sverige	25 510	15 014
Peab	17 916	9 977
NCC (Construction Sweden)	17 562	11 654
JM	7 342	2 301
Vägverket Produktion	5 735	2 678
Banverket Produktion	3 030	3 125
PNB	2 327	1 523
Arcona	901	200
Midroc Construction	830	416
Sbs Entreprenad	537	140

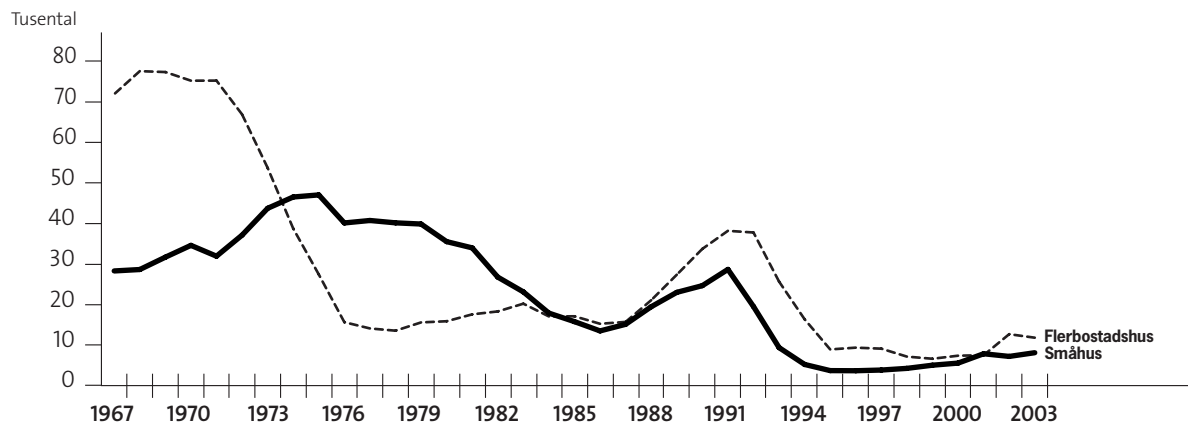
Under den tid som gått sedan Sveriges Byggindustrier gjorde sin senaste undersökning av de stora byggföretagen kan vissa marginella förändringar ha skett. Källa: Sveriges Byggindustrier, Bl.

**DIAGRAM 40: Utvecklingen av byggkostnaderna, byggprisindex (BPI) jämfört med konsumentprisindex (KPI) (1980=100)**



Kostnaden för byggandet har ökat kraftigt i Sverige sedan 1995, både när det gäller småhus och flerbostadshus. Källa: SCB (Bostads- och byggnadsstatistisk årsbok 2004), bearbetning Konkurrentverket.

**DIAGRAM 41: Antal färdigställda lägenheter i flerbostadshus och småhus 1967–2003**



Källa: SCB

## Bygg och anläggning

derlag utformas på ett sådant sätt att mindre aktörer har svårt att lämna anbud.

### ANLÄGGNING

Liksom husbyggnadssektorn kännetecknas anläggningssektorn av ett fåtal stora företag som dessutom är vertikalt integrerade. Det innebär att de större bolagen (NCC, Skanska, Peab och Vägverket Produktion) inom respektive organisation tillverkar de för bygg- och anläggningsbranschen strategiskt mycket viktiga insatsvarorna ballast, betong och asfalt, vilket ger dessa företag en konkurrensfördel gentemot mindre aktörer på marknaden.

Ballast, som kräver tillgång till en berg- eller grustäkt samt en krossanläggning, är en insatsvara vid tillverkning av betong och asfaltmassa. Verksamheten betecknas som miljöfarlig och kräver tidskrävande tillståndsprövningar samt stora investeringskostnader, samtidigt som transportkostnaderna förknippade med ballast är mycket höga. När det gäller asfalt är det på grund av transportkostnaderna endast aktuellt att använda asfaltverk som är beläget inom en radie av ca tio mil från asfaltbeläggningsarbetet. Asfaltverken är ofta belägna i direkt anslutning till täkterna.

Sammantaget leder detta till att mindre företag, som inte har råd med investeringar i täkter och asfaltverk, tvingas vända sig till sina större konkurrenter för att få tillgång till insatsvarorna. Det finns därmed en risk att större aktörer gör det svårare för mindre företag att konkurrera genom att reglera utbudet av insatsvarorna och priserna på desamma.

Uppdragsgivarna till beläggningsarbeten är framför allt offentliga aktörer. Staten (genom Vägverket) står för ca 50 procent och kommunerna för ca 25 procent av alla uppdrag. Uppdragen fördelas vanligen vid anbudstävlingar som, om det rör en offentlig aktörs uppdrag, regleras av lagen om offentlig upphandling

(LOU). Vägverket upphandlar varje år, medan kommunerna oftast upphandlar asfaltbeläggningsstjänster vart annat eller vart tredje år. (Läs mer om upphandling i avsnittet "Offentlig upphandling").

### BYGGMATERIAL

Byggmaterialmarknaden består av en mängd delmarknader och kan delas in i exempelvis stommaterial, inredningsmaterial och förbrukningsmaterial. Tillverkarna är ofta stora företag som i vissa fall är dominerande. Importen av byggmaterial är begränsad och förmedlingen av de importerade varorna sker ofta genom de stora inhemska företagen på marknaden.

Den bristande importkonkurrensen beror till viss del på att byggföretagen gärna köper beprövade varor. Men det finns även vissa tekniska handelshinder kvar mellan EU-länderna. För närvarande pågår ett harmoniseringsarbete inom unionen vad gäller standarder. Arbetet har pågått i drygt tio år och ska vara klart 2007. Av de 500 materialstandarder som ska harmoniseras är ca 180 klara i dagsläget. Byggprodukter som svarar mot EU:s minimikrav kan CE-märkas och får säljas fritt inom EU. Även om det är möjligt att importera produkter som inte är CE-märkta, så innebär det ett ökat risktagande för köparna. Förhoppningen är att den gemensamma CE-märkningen kommer att öka importkonkurrensen på marknaden.

### UPPMÄRKSAMHET KRING KONKURRENSPROBLEM I BYGG- OCH ANLÄGGNINGSEKTORN

Den bristande konkurrensen i byggsektorn har uppmärksammats i både utredningar och direktivarbeten under de senaste två åren. Byggkommissionen överlämnade i december 2002 sitt betänkande "Skärpning gubbar!" (SOU 2002:115), där man beskriver en sektor med hög koncentration, höga inträdes hinder

och många kontaktytor som ger svag konkurrens och underlättar kartellsamarbete. Europeiska kommissionen har föreslagit en utredning av möjligheterna att ta hänsyn till konkurrensaspekter vid prövning av täkttillstånd.

Tillståndsprövningen avseende täkter och asfaltverk har varit föremål för utredning av Miljöbalkskommittén. För att få tillstånd att öppna en ny bergtäkt och etablera ett asfaltverk krävs en miljöprövning, vilket försvårar inträde för mindre konkurrenter att verka på marknaden. Administrationen av miljöprövningen är mycket omfattande och tidskrävande. Miljöbalkskommittén konstaterar också i ett delbetänkande (SOU 2003:124) att administrationen har blivit onödigt omfattande och att det dessutom finns oklarheter i beslutens rättskraft och om möjligheten till överprövning.

Under hösten 2002 tillsatte regeringen en kommitté som ska se över plan- och bygglagen (PBL) och lämna ett slutbetänkande senast den 30 juni 2005. Kommittén ska analysera hur konkurrensaspekterna kan beaktas vid den fysiska planeringen och pröva om och hur planeringen kan ge bättre förutsättningar för ökad konkurrens inom bl.a. dagligvaruhandeln och byggsektorn. I dag finns inte effektiv konkurrens angivet som ett allmänt intresse vid plan-

läggning och lokalisering av bebyggelse enligt PBL. Kommunerna är inte heller skyldiga att pröva ansökningar om planändring, vilket gör att företag med möjlighet att påverka beslutsfattare har större möjlighet att få ansökningar om planändringar prövade.

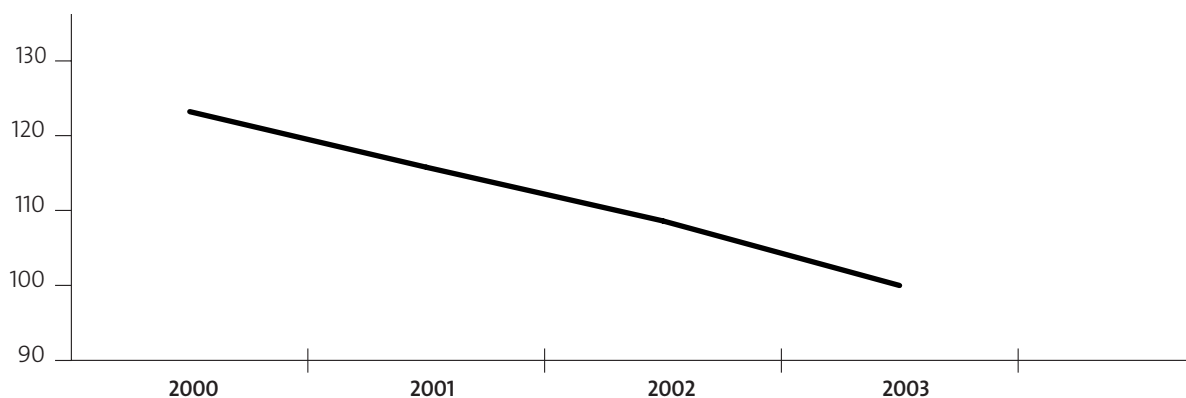
#### KONKURRENSVERKETS ÄRENDEN INOM BYGG- OCH ANLÄGGNINGSSEKTORN

Det finns betydande konkurrensproblem i byggsektorn, vilket har föranlett Konkurrentverket att vid flera tillfällen agera mot konkurrensbegränsande samarbeten i sektorn. Den 21 mars 2003 lämnade Konkurrentverket exempelvis in en stämningsansökan mot elva företag inom anläggnings- och asfaltbeläggningsbranschen (den s.k. asfaltkartellen). Företagen är misstänkta för att ha delat upp marknaden mellan sig och för att ha kommit överens om priser åtminstone sedan 1993. Konkurrentverket har yrkat att företagen ska betala konkurrensskadeavgift på sammanlagt cirka 1,6 miljarder kronor. Hittills har också nio kommuner väckt talan om skadestånd mot företagen. Konkurrentmyndigheterna i Norge och Finland misstänker att liknande överträdelser har pågått i dessa länder. En fråga som har aktualiserats i samband med asfaltkartellen är vilka regler och förutsättningar som ska gälla för myndigheter vars verksamhet är organiserad i en beställar- och en utförarenhet, den s.k. BU-modellen. Vägverket är en sådan myndighet. De misstänkta företagen

”Byggverksamhet kräver god lokalkännedom, vilket försvårar för utländska aktörer. Etablering av utländska företag sker därför ofta genom uppköp av redan etablerade entreprenörsföretag.”

## Bygg och anläggning

**DIAGRAM 42: Utvecklingen av indexerat genomsnittligt beläggningspris\* (2003=100)**



Under hösten år 2001 genomförde Konkurrensverket en särskild undersökning, en s.k. gryningsråd, hos ett antal aktörer inom anläggningsbranschen. Källa: Vägverket.

\*) Ett viktat genomsnitt för åren 2000–2003.

i asfaltkartellen har framfört att det inte kan vara fråga om en kartell i de fall där Vägverket varit beställare, eftersom Vägverket genom Vägverket Produktion som anbudsgivare även har varit delaktig i de misstänkta överträdelserna. Företagen ansåg att eftersom Vägverket uppträtt både som köpare och säljare var agerandet inte i strid med konkurrenslagens förbud om samarbete mellan företag. De ifrågasatte också om Vägverket var ett företag. Frågan avgjordes i september 2004 av Marknadsdomstolen genom en s.k. mellandom, där man uttalade att Vägverket, med hänsyn till den roll Vägverket Produktion haft, i första hand agerat som leverantör och att det mot denna bakgrund inte var uteslutet att konkurrensbegränsningskriteriet var uppfyllt. Marknadsdomstolen fann dessutom att Vägverket i rollen som leverantör var ett företag i konkurrensrättslig mening och att Vägverket således kan ha deltagit i kartellen. Målet fortsätter i Stockholms tingsrätt.

Konkurrensverket har vidare i början av 2004 tagit upp konkurrensproblem som är kopplade till BU-modellen i en promemoria (dnr 969/2004) till Finansdepartementet. Se avsnittet om offentlig upphandling.

### Läs mer om bygg och anläggning i:

Skärpning gubbar! (SOU 2002:115)

Europaparlamentets och rådets direktiv PE-CONS 3696/03 (MAP 23 CODEC 1760) om samordning av förfarandena vid offentlig upphandling av byggtreprenader, varor och tjänster (Europeiska kommissionen)

23 Se bl.a. Skärpning gubbar! (SOU 2002: 115), s. 345 ff.

## Skogsbruk

## Skogsbruk

# Kontroll över råvaran – centralt i skogsbranschen

Vertikal integration inom de stora skogsbolagen och vissa skogsägarföreningar, i kombination med höga transportkostnader som begränsar möjligheterna till import, försvårar för företag som inte äger egen skog. Ett exempel är köpsågverken som är beroende av sina råvaruleverantörer, särskilt i bristsituationer.

Skogsbranschen omfattar flera delmarknader med skiftande konkurrensförhållanden, även om aktörerna ofta verkar i flera delar av branschen. I huvudsak omfattar skogsbranschens förädlingsled massa, papper, sågverk och snickerier, där den enskilt största sektorn är pappersindustrin. Aktörerna är främst skogsägare, skogsägarföreningar, skogsbolag, köpsågverk och staten genom Fastighetsverket och Sveaskog AB. Vissa aktörer kan genom vertikal integration verka i flera av dessa led.

### SKOGSSEKTORN HAR FLERA EGENSKAPER SOM UNDERLÄTTAR SAMORDNING

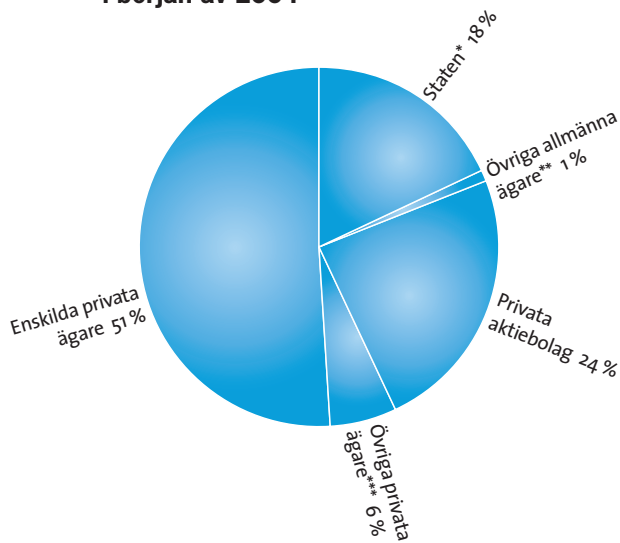
Nationalekonomer och många med dem är ofta intresserade av hur företag interagerar med varandra och har därför sedan länge studerat hur samordning mellan företag uppstår. Man har utvecklat kunskap om på vilken typ av marknader risken för samordning mellan företag är störst genom att undersöka vilka egenskaper som underlättar samordning mellan konkurrerande företag. Samordning kan ske både i form av regelrätta karteller och genom s.k. tyst samordning, vilket innebär att företagen koordinerar sig utan att direkt utbyta information med varandra.

Skogsindustrin har flera egenskaper som underlättar samordning. Framför allt karakteriseras flera delmarknader av hög koncentration. Därtill är många av produkterna homogena (timmer, massa, papper m.m). Fåtalskonkurrens och homogena produkter på en marknad kan göra det enklare för företagen att komma överens om ett samordnat beteende, jämfört med marknader där det finns ett mycket stort antal företag som erbjuder heterogena produkter. Höga inträdes hinder, vilket försvårar för nya företag att träda in på marknaden även om vinsterna är höga, är en annan av de egenskaper som underlättar samordning. Samordning uppstår dessutom oftare på marknader med en låg grad av innovationer (vilket är typiskt för skogssektorn) eftersom frekventa innovationer gör marknaden mindre stabil, samtidigt som det blir viktigare att snabbt vinna marknadsandelar. Att skogsföretagen därtill interagerar på flera marknader underlättar också samordning mellan företagen, eftersom tillfällena till kontakt då ökar. Att skogsbranschen uppvisar dessa egenskaper är något som bör tas i beaktande i analyser av branschen även då det inte finns belägg för att tyst samordning sker. (Läs mer om samordning i avsnittet "Branschorganisationer").

### SKOGSÄGANDET

Skogsmarken i Sverige ägs till ca 50 procent av privatpersoner. Ungefär hälften av dessa är organiserade i regionala skogsägareföreningar som drivs i form av ekonomiska föreningar. Staten äger knappt 20 procent av skogsmarken, varav den största delen via det statliga bolaget Sveaskog AB. Privata aktiebolag äger ca en fjärdedel av den totala skogsmarken i Sverige.

**DIAGRAM 43: Ägare av skogsmark i början av 2004**



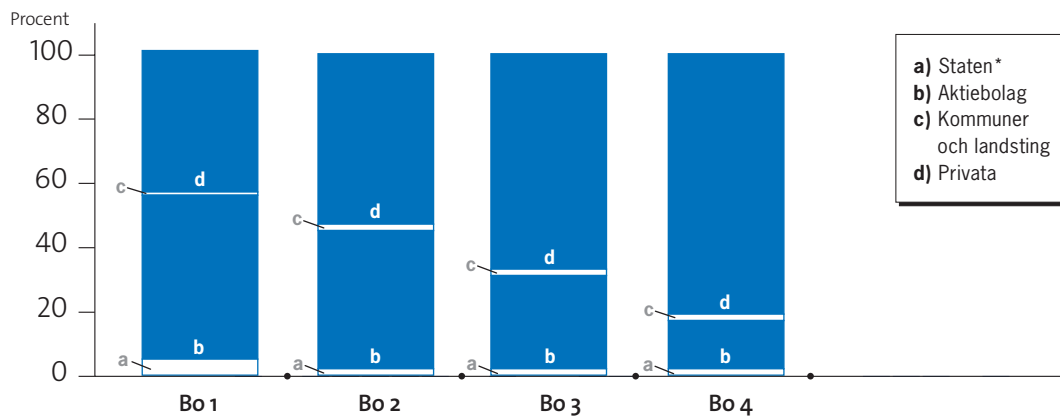
Källa: Skogsstyrelsen (Skogsstatistisk årsbok 2004).

\*) Inkluderar även skogsaktieföretag som ägs av staten (t.ex. Sveaskog AB)

\*\*\*) Till denna grupp hör bl.a. kommuner och landsting.

\*\*) Till denna grupp hör bl.a. allmänningar och Svenska kyrkan.

**DIAGRAM 44: Ägarandelar i de olika virkesbalansområdena Bo 1–4, 1998**



Balansområde 1 motsvaras av norra Norrland samt Jämtland och Västernorrland, balansområde 2 av Gävleborgs län, Dalarna, Västmanland, Uppsala och Stockholm. Balansområde 3 motsvaras av Örebro, Värmland och Västra Götalands län samt balansområde 4 av Halland, Skåne, Blekinge, Gotland, Kalmar län, Kronobergs län, Jönköpings län, Östergötland samt Södermanland. Källa: Skogsstyrelsen (Skogsstatistisk årsbok 2004) och SCB.

\*) Statliga Sveaskog AB inkluderat i kategorin "aktieföretag".



## Skogsbruk

De i särklass största privata skogsbolagen är SCA Skog AB, Bergvik Skog AB (ägt av bl.a. Stora Enso) och Holmen Skog AB med vardera över en miljon hektar. Kyrkan, kommuner och landsting har dessutom ett visst innehav av skogsmark.

I den officiella statistiken delas skogsmarken i Sverige ofta in i s.k. balansområden, från balansområde 1 i norr till balansområde 4 i söder. Ägarandelarna varierar mellan balansområdena; privatpersoner äger en större andel av skogen i de södra delarna av Sverige än i norra Sverige.

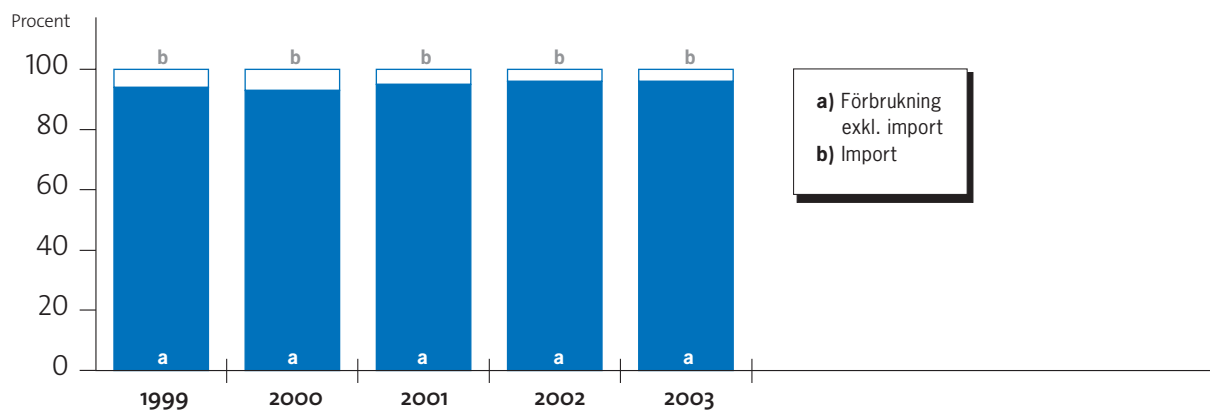
### SÅGVERKSINDUSTRIN

Sågverken i Sverige är antingen skogsbolagsägda, ägda av skogsägarföreningar eller s.k. köpsågverk. Köpsågverken varierar i storlek, från små familjeföretag till stora koncerner, men kännetecknande för samtliga är att de inte

äger (tillräckligt med) egen skog för sin råvaruförsörjning. De skogsbolagsägda sågverken är ofta inriktade på bulkproduktion av sågade trävaror och har generellt sett en lägre lönsamhet än köpsågverken, som oftare är inriktade på vidareförädling av de sågade trävarorna eller på specialmarknader. Totalt finns det drygt 2 000 sågverk i Sverige. De senaste åren har antalet sågverk sjunkit, samtidigt som tillverkningen har ökat.

Eftersom köpsågverken som regel inte äger egen skog köper de sitt sågtimmer från skogsbolag och andra skogsägare. Detta gör att köpsågverken är beroende av sina råvaruleverantörer, speciellt vid bristsituationer. Köpsågverken svarar också för huvuddelen av det sågtimmer som importeras till Sverige. Importen av sågtimmer är dock mycket liten och den sker huvudsakligen till de södra delarna av landet. Att importen är begränsad beror

**DIAGRAM 45: Importens andelar av sågtimmerförbrukningen i Sverige**



Källa: SDC, VMR Virkesmätning och redovisning (Skogsindustrins virkesförbrukning samt produktion av skogsprodukter 1999–2003).

framför allt på höga transportkostnader och på svårigheter att få specifika kvalitetskrav uppfyllda. Importen av råvaran påverkas också i viss grad av att exportländerna i öst i allt högre grad vidareförädlar råvaran själva.

Köpsågverken svarar för ca två tredjedelar av Sveriges produktion av sågade trävaror. Vid försågning av timmer faller cellulosafelis ut som en biprodukt. Eftersom köpsågverken inte använder vare sig cellulosafelis eller den massaved som ibland följer med inköp av sågtimmer, säljer köpsågverken dessa till skogsbolagen eller till förmedlare.

#### MASSA OCH PAPPER

Pappersmassa tillverkas av massaved, cellulosafelis och returpapper. I Sverige tillverkar skogsbolagen och en skogsägarförening, Södra, pappersmassa. Många skogsbolag använder merparten av sin pappersmassa i den egna

papperstillverkningen, men det sker också en omfattande handel mellan skogsbolagen med s.k. avsalumassa. Kostnaderna för nyinvestering i bruk är mycket höga. Det tillkommer därför i princip inga nya bruk i Sverige, utan investeringarna sker framför allt i befintliga bruk. De senaste två åren har svenska skogsbolag investerat över 20 miljarder kronor i egna massa- och pappersbruk.

Södra, som är en skogsägarförening i södra Sverige med ca 35 000 medlemmar, är den största leverantören av pappersmassa i Europa och säljer hela sin pappersmassetillverkning. Köparna av pappersmassa är, utöver skogsbolagen, rena papperstillverkare som exempelvis Duni AB. Importen av pappersmassa till Sverige är liten. Det beror framför allt på att de svenska bolagen är stora både på den internationella och den svenska marknaden och på att prisskillnaderna mellan Sverige och den internationella marknaden är mycket små. Ca 30 procent av den svenska produktionen av massa exporteras.

De största leverantörerna av tidningspapper är skogsbolagen Stora Enso, SCA och Holmen Papper. Den totala svenska tillverkningen var 2003 ca 2,5 miljoner ton, varav ca 85 procent exporterades. Det sker mycket internationell handel med tidningspapper.

”Eftersom köpsågverken inte äger egen skog köper de sitt sågtimmer från skogsbolag och andra skogsägare. Detta gör att köpsågverken är beroende av sina sågvaruleverantörer, speciellt vid bristsituationer.”

## Skogsbruk

### UNDANTAG I KONKURRENSLAGEN

I den svenska konkurrenslagen finns undantag för lantbrukets primärföreningar. Undantaget gäller bl.a. avtal inom en primär lantbruksförening som avser samverkan mellan föreningens medlemmar om exempelvis produktion, förädling och försäljning i fråga om jordbruksprodukter, trädgårdsprodukter eller skogsprodukter. Det innebär att bl.a. skogsägareföreningar i väsentliga avseenden är undantagna från de svenska konkurrensreglerna. Konkurrensverket har vid flera tillfällen framfört att undantaget bör tas bort för skogsprodukter, eftersom flera av de skäl som framförs för övriga produkter som omfattas av undantaget inte gäller skogsprodukter.

I EG-rätten finns inte motsvarande undantag och det brukar ofta framhållas att det är önskvärt med så lika regler som möjligt. Sedan den 1 maj 2004 gäller att Konkurrensverket och svenska domstolar ska tillämpa EU:s konkurrensregler. I de fall där det s.k. samhandelskriteriet är uppfyllt gäller därför samma regler för skogsbranschen som för andra branscher.

### Läs mer om skogsbruk i:

Skogsindustrin 2003 (Skogsindustrierna)  
Skogsstatistisk årsbok (Skogsstyrelsen)  
Sågfakta 2000 (SLU)

## Offentlig upphandling

## Offentlig upphandling

### Offentlig upphandling

De offentliga inköpen av varor och tjänster har beräknats uppgå till 400 miljarder kronor per år. Det finns flera förhållanden på området för offentlig upphandling som kan motverka etablering, tillväxt av små företag och en väl fungerande konkurrens. Det är angeläget i ett konkurrens- och konsumentperspektiv att företagen ges samma förutsättningar att bli leverantörer åt stat och kommun. Det gäller särskilt på områden där det allmänna är dominerande inköpare och en etablering innebär ett stort ekonomiskt risktagande. Statliga myndigheter, kommuner och landsting går ofta samman om sina inköp i syfte att effektivisera upphandlingen och minska kostnaderna för inköpen. En alltför omfattande samordning kan dock negativt påverka marknadens struktur- och konkurrensförhållanden med sämre inköpsvillkor för det allmänna och ytterst medborgarna/konsumenterna som följd. Upphandlingsreglerna kan bidra till att upprätthålla nödvändig balans mellan köpare och säljare.

#### REGLER

Det finns inte heltäckande statistik över de offentliga inköpen. Den statliga upphandlingskommittén beräknade att de totala offentliga inköpen (bl.a. de som görs av de statliga myndigheterna, kommunerna, landstingen samt de offentligtägda företagen) uppgick 1998 till ca 400 miljarder kronor på årsbasis (SOU 1999: 139). Det är önskvärt att värdet av de totala inköpen uppdateras. Enligt Ekonomistyrnings-

verket uppgick enbart de statliga myndigheternas inköp till närmare 80 miljarder kronor 2003.

Det centrala regelverket på området är lagen om offentlig upphandling (LOU) som bygger på EG-direktiv. Upphandlingsreglerna syftar till att bidra till förverkligandet av den inre marknaden och att minska det allmännas kostnader för inköpen, bl.a. genom att dessa föregås av en upphandling i konkurrens. LOU omfattar en upphandlande enhets köp av en vara eller tjänst från en annan (fristående) juridisk person (leverantör). Grundprinciper som styr offentlig upphandling är lika och rättvis behandling och icke-diskriminering av anbud, anbudssökande och anbudsgivare, oavsett nationalitet. Andra viktiga principer är transparens eller öppenhet, dvs. förfarandet vid upphandlingen ska vara förutsebart och det ska finnas insyn och möjlighet till kontroll av upphandlingsprocessen. Tillsynsmyndighet för LOU är Nämnden för offentlig upphandling (NOU).

I början av 2004 kom nya EG-direktiv (2004/17/EG, 2004/18/EG) på upphandlingsområdet. Vissa ändringar har gjorts bl.a. vad avser samordnade upphandlingar och s.k. ramavtal. En offentlig utredning (dir. 2004:47) ska lämna förslag till ändringar av de svenska upphandlingsreglerna utifrån direktiven.

#### ETABLERINGS- OCH KONKURRENSHINDER

Det finns flera förhållanden med koppling till offentlig upphandling och LOU som kan motverka etablering, tillväxt av små företag och en väl fungerande konkurrens. Här behandlas ef-

fecker av otillåten direktupphandling, inköps- samordning mellan flera myndigheter med stöd av ramavtal och avbruten upphandling. En fungerande konkurrens är viktig inte minst på områden där stat och kommun är dominerande köpare av varor och tjänster.

I detta fall kan myndigheters agerande vid upphandlingen och inköpsbeslut få stor påverkan på marknadens struktur-, konkurrens- och effektivitetsförhållanden.

Marknader med stor andel offentlig upphandling kan av olika skäl anses särskilt utsatta för kartellbildning i strid med konkurrensreglerna, särskilt om marknaden utmärks av ett begränsat antal leverantörer. Detta bekräftas av svenska och internationella erfarenheter.<sup>24</sup> Beställaren kan ibland behöva överväga åtgärder för att förbättra förutsättningarna för en effektiv konkurrens genom att bl.a. underlätta för små företag att delta i upphandlingen. Sådana åtgärder kan t.ex. gälla att leverantörerna ges möjlighet att lämna anbud på en eller flera delar av den aktuella beställningen, att upphandlingstillfällena på ett produktområde sprids över en längre tidsperiod eller att anbudsgivare erbjuds hyra kostnadskrävande anläggningar av infrastrukturkaraktär.

”Det är angeläget att företagen ges lika förutsättningar att bli leverantör åt stat och kommun.”

### OTILLÅTEN DIREKTUPPHANDLING

En av de allvarligaste överträdelserna av upphandlingsreglerna är att myndigheter vänder sig direkt till en leverantör för att köpa varor och tjänster utan att detta föregås av en upphandling i konkurrens. Det är tillåtet att göra en sådan direktupphandling när det finns synnerliga skäl (ett lågt antal undantagsfall) och vid små inköpsbelopp. Otillåten direktupphandling har sannolikt stor omfattning. Det styrks av undersökningar om upphandlingen på enskilda produktområden och vid enskilda myndigheter.<sup>25</sup> Det är dock svårt att med stöd av LOU komma till rätta med förfarandet.<sup>26</sup>

Det är angeläget att företagen ges samma förutsättningar att bli leverantör åt stat och kommun. En direktupphandling sätter dock konkurrensen ur spel mellan företagen. Effekten kan bli höga inköspriser och dålig produktkvalitet. Otillåtna direktupphandlingar minskar utrymmet för nya företag att ta sig in på marknaden. Ett led i statsmakternas ambition att öka den konkurrensutsatta delen av den svenska ekonomin (se prop. 1999/2000: 140) bör vara att minska antalet otillåtna direktupphandlingar, vilket får anses förutsätta en ändring av LOU.

### SAMORDNING AV INKÖP OCH RAMAVTAL

Kommuner, landsting och statliga myndigheter samordnar ofta sina inköp. En sådan samordning mellan flera myndigheter kan medföra, förutom en effektivare upphandlingsprocess, förmånligare leveransvillkor (lägre priser m.m.). En huvudförutsättning för att stat och kommun ska uppnå förmånliga inköpsvillkor är dock, oavsett varu- eller tjänsteområde, att

## Offentlig upphandling

det råder en väl fungerande konkurrens vid upphandlingen. En annan viktig förutsättning är att det finns tydliga och förutsebara regler och att dessa är långsiktigt stabila.

Vidare bör beaktas att en inköpssamordning bland offentliga beställare kan innebära stora åtaganden som inte samtliga leverantörer har kapacitet att klara. Detta kan påverka marknadsstrukturen och även ge incitament för leverantörer att öka sin samverkan. Effekten på sikt kan bli minskad konkurrens och oförmånligare inköpsvillkor för beställaren. Det gäller således att få nödvändig balans mellan köpare och säljare och här kan upphandlingsreglerna ha en viktig funktion.

Det finns enligt Konkurrensverkets uppfattning klara indikationer på att offentliga aktörer i ökad utsträckning samordnar sina inköp. Enbart inköpssamordningen inom statsförvaltningen omsatte 2003 ca sju miljarder kronor (varav två miljarder utgjorde "avrop" från kommuner och landsting). Samordning bland upphandlande enheter görs sannolikt i de flesta fall med stöd av s.k. ramavtal. Den myndighet som svarar för upphandlingen tecknar ofta avtal med flera leverantörer, s.k. parallella ramavtal.

Nuvarande ordning innebär normalt att de myndigheter som omfattas av inköpssamordningen beställer varor och tjänster från någon av dessa leverantörer. Dessa har dock oftast inte rangordnats av den samordnande myndigheten eller inköpssamordnaren utifrån mest förmånliga anbud, utan leverantör väljs godtyckligt eller på oklara grunder. Det kan innebära att den leverantör som lämnat det förmånligaste anbudet inte kommer i första hand vid beställningen. Det förhållandet att ingen rangordning har gjorts kan vara en följd av att samtliga inköpsvillkor (pris, volym m.m.) inte initialt har fastställts.

En ytterligare faktor som kan begränsa konkurrensen är den affärsrisk som leverantörerna måste ta genom att bygga upp en produktions-, lager- och leveranskapacitet som baseras på mycket osäkra uppgifter om framtida försäljning. Detta kan medföra att företag, inte minst små företag, inte vill eller vågar delta i sådana upphandlingar.<sup>27</sup> Det gäller särskilt i de fall avtalen, vilket inte är ovanligt enligt Konkurrensverkets erfarenheter, innehåller stränga klausuler om viten vid försenade eller uteblivna leveranser. Effekten kan bli dålig konkurrens och höga kostnader för inköpen.

Vid upphandling med ramavtal skiljer man på upphandling inom den s.k. klassiska sektorn och de s.k. försörjningssektorerna. Till de senare sektorerna hör bl.a. vatten, energi och transporter (främst persontrafik). Dessa sektorer omfattar främst upphandlande enheter som är verksamma på infrastrukturanknutna områden. All övrig upphandling tillhör den klassiska sektorn. Inom denna sektor är det för närvarande möjligt att teckna parallella ramavtal om avtalsvillkoren är preciserade med avseende på främst produkt, pris och volym och om inköpen normalt sker utifrån en rangordning av leverantörerna. I dagsläget finns enligt NOU inte möjlighet till förnyad konkurrensutsättning av berörda leverantörer i anslutning till myndigheternas avrop, utan kravet på rangordning gäller.<sup>28</sup>

Ett nytt upphandlingsdirektiv för den klassiska sektorn (som ska införlivas i svensk rätt) möjliggör tillämpning av antingen ramavtal med samtliga villkor fastställda eller ramavtal som förutsätter förnyad konkurrensutsättning av valda leverantörer. Reglerna ger förutsättningar för en väl fungerande konkurrens. Inom försörjningssektorerna är reglerna mer flexibla. Här är det möjligt att träffa ramavtal med leverantörer utan att avtalsvillkoren är precise-

rade. En myndighet kan därefter, efter en s.k. förhandlad upphandling bland valda leverantörer om avtalsvillkoren, göra beställningarna. De kommande upphandlingsreglerna innebär ingen ändring.

Frågan blir i vilken utsträckning offentliga aktörer i framtiden kan göra omfattande ramavtalsupphandlingar inom den klassiska sektorn utan att agerandet kommer i konflikt med upphandlingsreglerna, vilket skulle minska förutsättningarna för en väl fungerande konkurrens. Upphandlande enheter kommer att behöva genomföra fler egna upphandlingar som innefattar en konkurrensutsättning av leverantörerna. En konsekvens bör bli att fler myndigheter måste satsa på att inrätta en effektiv inköpsfunktion för att kunna göra förmånliga inköp.

#### AVBRUTEN UPPHANDLING

Det är vanligt att offentliga aktörer (bl.a. statliga myndigheter och kommuner) konkurrensutsätter den egna verksamheten genom ett upphandlingsförfarande. Konkurrensutsättningen har ofta föregåtts av att myndigheten organiserat verksamheten i en beställar- och utförarenhet, den s.k. beställar- och utförarmodellen. Vid upphandlingen deltar ofta utförarenheten med eget (intern)bud. Syftet med

modellen är att öka garantin för att utförarenheten bedriver en effektiv verksamhet. Detta är i och för sig positivt, men det har visat sig att modellen är förenad med problem, som kan innebära att syftet med modellen inte nås.

Ibland har en upphandlande enhet enligt LOU, t.ex. en kommun eller en statlig myndighet, valt den egna utförarenheten även om denna inte lämnat det förmånligaste anbudet. Orsaken kan vara att beställaren inte klarat att göra ett objektiva val av leverantör. Förfarandet kan likställas med en avbruten upphandling, dvs. alla anbud från externa leverantörer förkastas och myndighetens verksamhet bedrivs även i fortsättningen i egen regi.

Det behöver dock inte vara fråga om konkurrensutsättning av en offentlig egenregi-verksamhet när begreppet avbruten upphandling aktualiseras. Det kan även gälla situationer då t.ex. en kommunal förvaltning lämnar anbud på en ny eller utökad verksamhet inom kommunen.

Myndighetens val av den egna produktionsenheten är en intern beställning inom samma juridiska person (kommunen, den statliga myndigheten etc.) och inte ett köp enligt LOU. Det interna budet skulle därmed i princip sakna rättsverkan. Två domar av Högsta domstolen visar att en förfördelad anbudsgivare inte kan få rättelse eller skadestånd, t.ex. ersättning för nerlagda kostnader för att bl.a. ta fram anbud, vid avbruten upphandling med stöd av LOU på det kommunala området.<sup>29</sup> Därefter har dock kommit en dom av EG-domstolen,<sup>30</sup> vars innebörd är att ett beslut av en myndighet att avbryta en upphandling ska kunna prövas rättsligt. En konsekvens av domen kan bli att LOU måste ändras.

”En konsekvens bör bli att fler myndigheter måste satsa på att inrätta en effektiv inköpsfunktion för att kunna göra förmånliga inköp.”



## Offentlig upphandling

---

### Läs mer om offentlig upphandling i:

Samordnad upphandling  
(Finansdepartementet Ds 2004:37)  
Skrivelse och yttrande till Finansdepartementet om  
beställar- och utförarmodellen  
(Konkurrensverket dnr 969/2003 och 737/2004)  
Vårda och skapa konkurrens – vad krävs för ökad  
konsumentnytta? (Konkurrensverket 2002:2)

---

24 Bland Konkurrensverkets kartellärenden med koppling till upphandling kan nämnas fall som rör plaströr (Marknadsdomstolen/MD 2003:2) samt asfaltbeläggings- och ventilationsentreprenader (dnr 341/2003 resp. 635/2003). Det förstnämnda fallet har avgjorts av MD medan de två övriga för närvarande (oktober 2004) prövas i Stockholms tingsrätt.

25 Se SOU 1999:139 och SOU 2004:15, Naturvårdverkets rapport Marknaden för avfallshantering (rapport 5408, 2004), Riksrevisionsverkets rapport Upphandling vid Sveriges lantbruksuniversitet (2003:18), Riksdagens revisorers rapporter Upphandling vid Sveriges riksbank (rapport 2002/03:9) och Regeringskansliets upphandling av konsulter (Rapport 2000/01:6).

26 Detta framgår av en dom av Högsta domstolen (mål nr T 2417-98) och Regeringsrättens dom i början av 2004 (mål nr 998-03). Innebörden av den senare domen är att en upphandlande enhet och en leverantör, utan föregående upphandlingsför-farande, kan besluta om förlängning av ett avtal utan att beslutet kan ändras av domstol utifrån gällande regler enligt LOU.

27 Se Konkurrensverkets yttrande (dnr 288/2002) till Justitiedepartementet om inköpsamordningen inom statsförvaltningen.

28 Se NOU:s skrivelse (dnr 2004-0046-29) till riksdagens konstitutionsutskott, där myndigheten bl.a. redovisar vad som gäller för ramavtalsupphandlingar utifrån upphandlingsreglerna.

29 Se Konkurrensverkets rapport Vårda och skapa konkurrens – vad krävs för ökad konsumentnytta? (2002:2; avsnitt 7.4).

30 Mål C-92/00; Hospital Ingenieure Krankenhaus-technik Planungs-Gesellschaft mbH mot Stadt Wien.

## Tillträdesreglering

## Tillträdesreglering

### Tillträdesreglering

På många tidigare monopolmarknader är tillträde till infrastruktur och villkoren för detta av avgörande betydelse för att marknaden ska fungera väl. El och tele är exempel på branscher som öppnats för konkurrens under 1990-talet och där företagen måste utnyttja viss infrastruktur för att kunna konkurrera i nästkommande produktionsled, tjänsteproduktionsledet, och där kunna sälja el- respektive teletjänster. Teknisk utveckling, förändrad efterfrågan, ökad internationalisering samt en ny syn på hur den här typen av marknader ska regleras har påtagligt ändrat marknadsförutsättningarna och marknaderna kan nu under vissa förutsättningar utsättas för konkurrens.

I många nätverksbranscher är tillgång till infrastruktur en förutsättning för produktion. Infrastrukturen fungerar som en "flaskhals"; företagen kan inte vara verksamma på marknaden utan tillgång till den och investeringskostnaden för att anlägga egen infrastruktur är i många fall alltför hög för att detta ska vara ett realistiskt alternativ. Det finns olika metoder för att hantera ett sådant flaskhalsproblem. En metod, som blivit allt mer populär både i Europa och i USA under senare år, är att reglera priset för tillträde till flaskhalsen. En fördel med s.k. tillträdesreglering är att den tillåter konkurrens i de produktionsled som inte har flaskhalskaraktär, tjänsteproduktionsleden.<sup>31</sup>

### STÄLLNINGSTAGANDEN VID TILLTRÄDESREGLERING

Problemet med att skapa väl fungerande konkurrensmarknader i nätverksbranscher är att innehavaren av infrastrukturen, i avsaknad av en tillträdesreglering, vanligen inte har något intresse av att upplåta infrastrukturen åt sina konkurrenter. Exempelvis skulle infrastrukturen kunna sätta avgiften för nyttjande av infrastrukturen (flaskhalsen) så högt att befintliga konkurrenter elimineras och nya aktörer hindras från att träda in på marknaden. För att undvika att detta sker måste regleraren bestämma efter vilka principer som tillträdet till infrastrukturen ska tillhandahållas.<sup>32</sup>

Vertikal separation, dvs. att skilja ut infrastrukturen ur en tidigare monopolists verksamhet, är ett komplement till tillträdesreglering. Ett renodlat infrastrukturbolag har mindre intresse av att begränsa konkurrensen och därmed minskar även behovet av reglering och kontroll av marknaden, dvs. tillsynskostnaderna minskar.<sup>33</sup>

Vertikal separation är i princip endast möjlig att genomföra i Sverige så länge som infrastrukturbolaget är i statlig ägo. I Sverige har exempelvis ägande och drift av järnvägsnätet skiljts från SJ genom bildandet av Banverket och stamnätet för elkraftsöverföring har skiljts från Statens vattenfallsverk genom bildandet av affärsverket Svenska kraftnät. För det fall infrastrukturverksamheten skulle privatiseras är det ännu viktigare att en effektiv tillträdesreglering införs.

På en reglerad marknad är det svårare för innehavaren av infrastrukturen att ta ut avgifter som överstiger den faktiska kostnaden för tjänsten, eftersom nivån på avgiften som regel

måste motiveras. Infrastrukturägaren har dock möjligheter att öka kostnaden för konkurrenter genom att inte erbjuda varje tjänst separat utan endast som ett paket av olika tjänster (s.k. bundling). Konkurrenterna kan då tvingas att köpa fler tjänster än vad som egentligen är nödvändigt för att kunna konkurrera, dvs. de kan drabbas av onödigt höga kostnader. En annan metod att uppnå samma syfte är att tillhandahålla infrastruktur-tjänster av sämre kvalitet.

Exempel på faktorer som en reglerare har att ta ställning till är om, och i så fall hur, regleringen kan underlätta inträde av nya företag och om det finns andra intressen på marknaden som ska tillgodoses. En svårighet med att fastställa ett korrekt tillträdespris är att regleraren i normalfallet inte har tillgång till all information om t.ex. företagets kostnader eller andra marknadsförhållanden som den behöver. Infrastrukturägaren, å andra sidan, har ett intresse av att försöka överdriva dessa kostnader till sin egen fördel.

## Marknader med en infrastrukturägare (envägstillträde)

En grundläggande princip är att producenter och konsumenter ska möta priser som avspeglar de alternativkostnader som uppkommer genom deras beslut. Alternativkostnaden för att ge konkurrenter tillträde till infrastruktur (flaskhalsar) som kontrolleras av en f.d. monopolist (s.k. one-way access) består av tre delar.<sup>34</sup>

1. De direkta kostnader som uppkommer av att upplåta tillträde.
2. Värdet av den f.d. monopolistens egen produktion som undanträngs genom att konkurrenter får tillträde till flaskhalsen.
3. En finansieringsfaktor kan tillkomma om tillträdesintäkterna tillsammans med vinsten i den f.d. monopolistens egen verksamhet inte är tillräckliga för att täcka fasta kostnader eller kostnader som sammanhänger med särskilda åtaganden hos den f.d. monopolisten.

Inom flertalet nätverksbranscher är en betydande del av de totala kostnaderna fasta och oberoende av hur mycket nätverket utnyttjas. Däremot är ofta de direkta kostnaderna för att upplåta tillträde, s.k. marginalkostnader eller tillkommande kostnader, låga. Om

## Tillträdesreglering

tillträdespriset helt skulle bestämmas enligt marginalkostnaden eller den tillkommande kostnaden uppstår ett finansiellt underskott för infrastrukturägaren, eftersom tillträdespriset inte ger något bidrag till att täcka dennes fasta kostnader. En effektiv prissättning förutsätter då att detta underskott täcks på annat sätt, t.ex. via subventioner finansierade av skatter.

Enligt en annan metod tillåts tillträdespriset dels täcka kostnaderna för att upplåta tillträde, dels ersätta upplåtaren för det vinstbortfall som uppkommer av den ökade konkurrensen genom minskad försäljning. Metoden går under benämningen Baumols princip eller ECPR (Efficient Component Pricing Rule) och förutsätter att infrastrukturägaren också konkurrerar i nästkommande produktionsled. Intäktsbortfallet – och därmed även tillträdespriset – är högre (lägre) ju mer (mindre) substituerbara företagens tjänster är. Då företagens tjänster är perfekta substitut kommer tillträdespriset vara lika med skillnaden mellan infrastrukturägarens konsumentpris och kostnaderna, som bortfaller i detaljistledet för innehavaren av infrastrukturen. Denna metod ger incitament för nya företag att träda in på marknaden bara om de är mer produktionseffektiva i detaljistledet, eller tjänsteproduktionsledet, än vad infrastrukturägaren är. En risk som är förknippad med bruket av ECPR är att den ger innehavaren av infrastrukturen incitament att "överföra" kostnader från den konkurrensutsatta produktionen i tjänsteproduktionsledet till monopolverksamheten, eftersom detta skulle resultera i ett högre tillträdespris.

Ibland kan det vara motiverat att hålla relativt låga tillträdespriser eftersom det minskar inträdeshindren och skapar utrymme för sänkta konsumentpriser. Å andra sidan kan alltför låga tillträdespriser orsaka en ovilja att investera i infrastrukturen, vilket kan få till

följd att produktionen inte bedrivs så kostnads-effektivt som önskvärt. Om det vore möjligt att bestämma den optimala produktionskapaciteten skulle värdet av att öka kapaciteten motsvaras av den marginella kostnaden för investeringar. Detta innebär att tillträdespriset skulle vara lika med den långsiktiga kostnaden för att ha produktionsresurser tillgängliga. För att stimulera investeringar kan tillträdespriset tillåtas motsvaras av den marginella kostnaden för investeringar samt ett pålägg för att täcka drift- och samkostnader. Denna metod brukar betecknas LRIC (Long Run Incremental Cost) och har fått tämligen starkt gehör i regleringssammanhang, framför allt inom telekomsektorn.<sup>35</sup> Nackdelen med denna metod är att den är helt kostnadsbaserad, dvs. någon hänsyn tas inte till efterfrågan när tillträdespriset ska bestämmas.

En mer sofistikerad metod för att beräkna tillträdespriser, som även tar hänsyn till efterfrågeaspekter och lämnar utrymme för att täcka infrastrukturägarens fasta kostnader, går under beteckningen Ramseyprissättning. Enligt denna modell tillåts tillträdespriset variera med hur priskänslig produkten är, dvs. priset tillåts vara högre för produkter som säljs på prisokänsliga marknader och lägre för produkter som säljs på priskänsliga marknader. Konsumtionsminskningen kan på så vis begränsas, vilket är samhällsekonomiskt önskvärt. Modellens användbarhet begränsas främst av att den reglerande myndigheten förutom kostnadsdata måste känna till konsumenternas priskänslighet för olika produkter och kundgrupper. Det kan även vara svårt, av bl.a. fördelningspolitiska och andra skäl, att få gehör för att tillträdesavgifterna ska variera mellan olika företag beroende på hur pass priskänsliga deras tjänster är.

”Problemet med att skapa väl fungerande konkurrensmarknader i nätverksbranscher är att innehavaren av infrastrukturen, i avsaknad av en tillträdesreglering, vanligen inte har något intresse av att upplåta infrastrukturen åt sina konkurrenter.”

Eftersom det företag som ska regleras kan väntas ha bättre kännedom om kostnader och efterfrågeförhållanden än regleringsmyndigheten, kan det finnas skäl att ge det reglerade företaget flexibilitet i prissättningen inom ramen för ett pristak. Företaget kan då ändra priserna för de reglerade tjänsterna med hänsyn till ändringar i kostnader och efterfrågan för enskilda tjänster. Vanligen har en utgångspunkt varit en reellt sett oförändrad prisnivå minskad med en viss procentsats, en s.k. rationaliseringsfaktor. Vid bestämningen av storleken på rationaliseringsfaktorn måste flera faktorer beaktas, bl.a. tidigare vinstnivåer och förväntad kostnads- och efterfrågeutveckling. Kostnadssänkningar, exempelvis som ett resultat av teknisk utveckling, i kombination med en ökad efterfrågan innebär att rationaliseringsfaktorn kan vara betydande om det råder fallande styckkostnader i produktionen. En pristaksreglering utformad på detta sätt ger det reglerade företaget incitament att effektivisera produktionen och minska sina kostnader, eftersom det skulle leda till större vinst för företaget. Denna regleringsmodell har tillämpats inom exempelvis telekomsektorn i olika länder i Europa.

## Tillträdesreglering

### Marknader med flera infrastrukturägare (tvåvägstillträde)

Ovan redovisade risker för marknadsutestängning är inte lika påtagliga i en mer symmetrisk situation, dvs. när två eller flera konkurrerande företag äger infrastruktur. Företagen har då ofta ett ömsesidigt intresse av att kunna använda varandras infrastruktur och inget av företagen kan (i princip) ensidigt bestämma villkoren.

Ett sätt att lösa flaskhalsproblemet vid tvåvägstillträde (s.k. two-way access) är att företagen bildar s.k. infrastrukturklubbar och gemensamt äger infrastrukturen. En sådan lösning tillämpas exempelvis på bankmarknaden vad gäller betalningssystem och på mobiltelemarknaden för nätkapacitet i Sverige. En fördel med denna modell är att den eliminerar incitamenten att diskriminera någon av konkurrenterna inom klubben och därmed minskar även regleringsbehovet. En nackdel med metoden är att klubbmedlemmarna kan ha intresse av att utestänga företag som vill in på marknaden; en annan är risken att klubbmedlemmarna använder infrastrukturen som en grund för att få till stånd en koordinering av priserna i nästa produktionsled. I det senare fallet sätts avgiften för att utnyttja infrastrukturen på en relativt hög nivå i syfte att höja konsumentpriserna. Ett gemensamt ägande ökar även risken för informationsutbyte och insyn

i konkurrenternas verksamhet. Det kan skada konkurrensen på marknaden eftersom de avtal som företagen ingår med varandra kan utgöra en grund för ett konkurrensbegränsande samarbete, dvs. underlätta kartellbildning. Det är dock inte givet att så blir fallet.

Marknader med tvåvägstillträde och separat ägande av infrastruktur kan också i vissa fall fungera självreglerande. Detta illustreras enklast av ett exempel. På mobiltelemarknaden kan höjda termineringspriser ge upphov till högre priser på slutkundsmarknaden för samtal till mobiltelekunder, eftersom termineringspriserna påverkar företagets marginalkostnader. Men detta är inte den enda tänkbara effekten av ökade termineringspriser. Den andra tänkbara effekten är att en ökning av (redan höga) termineringsavgifter ökar incitamenten för mobiloperatörer att vidta åtgärder för att så många samtal som möjligt termineras inom det egna nätet. Genom att sänka sina slutkundspriser kan en mobiloperatör få fler kunder, dvs. öka sin marknadsandel, och därmed även minska sin kostnad för terminering av samtal i andra mobiloperatörers nät. Vilken av effekterna som kommer att dominera beror bl.a. på hur mycket termineringsavgiften avviker från marginalkostnaden och på graden av konkurrens på marknaden.<sup>36</sup>

## Avslutande synpunkter

Tillträdesreglering har visat sig vara en av de viktigaste åtgärderna när marknader öppnas för konkurrens, men är också både problematisk och kontroversiell. Som framgått av redogörelsen ovan har olika modeller både för- och nackdelar.

Marknadsutestängning – till följd av exempelvis höga tillträdespriser – förekommer i princip inte när det finns konkurrerande företag som är likvärdiga ifråga om marknadstäckning. Detta utesluter dock inte att det kan krävas reglering för att motverka kartelliknande utfall på marknaden. Den ekonomiska teorin kring tvåvägstillträde är dock inte alls lika utvecklad som teorin för envägstillträde. Faktorer som påverkar utfallet är exempelvis företagens relativa storlek och marknadens mogenhetsgrad.

Den ekonomiska teorin för tillträdesreglering är omfattande vad gäller statiska analyser. Däremot finns det ingen väl utvecklad analys av hur tillträdespriser (över tiden) påverkar incitamenten att investera i nätverk och utveckla nya produkter, dvs. då dynamiska effekter beaktas. Viljan att investera påverkas av den uppfattade eller förväntade risken för en investering. Enligt Valletti (2003) är det därför önskvärt att minska osäkerheten genom att så långt som möjligt fastställa principerna för bestämningen av tillträdespriserna i förväg. Vidare har sambandet mellan slutkundspriser och tillträdespriser en betydande inverkan

på incitamenten att investera i infrastruktur. Valletti betonar också betydelsen av flexibilitet. Han menar att nya företag bör kunna ha möjlighet att välja från en "meny" av olika kombinationer av fasta och rörliga avgifter, samtidigt som det vertikalt integrerade och etablerade företaget ska kunna ha möjlighet att inom ramen för ett pristak för en korg av tjänster ta ut olika avgifter, dvs. ges viss flexibilitet i prissättningen för de tjänster som omfattas av en reglering.

När marknadsförhållandena ändras ställs reglerare inför särskilda problem och målkonflikter. En tillträdesreglering kan vara synnerligen komplex om den har till uppgift att tillgodose flera intressen, som dessutom kan vara motstridiga. I syfte att främja inträde på marknaden bör tillträdespriserna vara låga. Men (alltför) låga tillträdespriser minskar incitamenten att investera i infrastruktur och utan konkurrerande infrastruktur finns heller (i princip) ingen möjlighet att avskaffa en reglering. Att utforma en reglering handlar således både om att skapa korrekta investeringsincitament och låga inträdeshinder. Möjligheten att utveckla väl fungerande regelverk för tillträde har i vissa fall begränsats av att erfarenheter som vunnits inom en bransch, i Sverige eller i andra länder, i alltför liten utsträckning kommit till användning inom andra branscher som möter samma typ av problem.



## Tillträdesreglering

---

### Läs mer om tillträdesreglering i:

Lärobok för regelnsar (Expertgruppen för studier i offentlig ekonomi, ESO 2002)

Svensk telemarknad 2003 ( PTS)

Monopolmarknader i förändring  
(Konkurrensverket 2004:3)

The Regulation of Access Services with focus on telecommunications (OECD)

Competition in Telecommunications  
(Laffont och Tirole, 2000)

Telecompetition – Towards a single Nordic market for telecommunication services?  
(The Nordic competition authorities, 2004)

---

31 Ett ytterligare tillvägagångssätt för att hantera flaskhalsproblemen är att reglera konsumentpriserna, antingen genom en s.k. pristaksreglering eller genom att låta företagets kostnader styra nivån för det högsta tillåtna priset, s.k. kostnadsbaserad reglering. (Se t.ex. Expertgruppen för studier i offentlig ekonomi, ESO (2002) Lärobok för regelnsar.).

32 För en detaljerad redogörelse av olika teoretiska principer för tillträdesreglering samt praktiska problem och tillämpningar se exempelvis OECD (2003), The Regulation of Access Services (with focus on telecommunications) eller Expertgruppen för studier i offentlig ekonomi, ESO (2002) Lärobok för regelnsar.

33 En nackdel är att eventuella synergieffekter mellan flaskhalsledet och övriga led inte kan utnyttjas. Men även om det skulle förhålla sig på detta sätt kan det ändå vara motiverat att dela upp ett företag. Detta är fallet om de positiva effekterna av ökad konkurrens och mindre kostnader för tillsyn är större än de negativa effekterna av en större produktionskostnad.

34 Se t.ex. von der Fehr i Telecompetition – Towards a single Nordic market for telecommunication services? (The Nordic competition authorities, 2004).

35 Såsom namnet antyder bestäms ett pris på basis av den framåtblickande kostnaden. Utgångspunkten är emellertid vanligen nukostnader.

36 I den ekonomiska litteraturen konstateras att det finns två motverkande effekter som benämns "the raise each other's cost effect" och "the endogenous marginal cost effect". Laffont och Tirole (2000), Competition in Telecommunications, MIT Press.

## Branschorganisationer i Sverige

## Branschorganisationer i Sverige

### Branschorganisationer

Även om branschorganisationer i de allra flesta fall bidrar positivt till utvecklingen i en sektor, kan det finnas inslag i deras verksamhet som verkar hämmande på konkurrensen. På många marknader kan det exempelvis vara skadligt om företagen får tillgång till detaljerad information om konkurrenters kostnader, priser och andra villkor, eftersom detta kan underlätta olika typer av samordning. I de fall branschorganisationer medverkar till en sådan utveckling, kan de bidra till att hämma konkurrensen.

Organisationer som syftar till att tillvarata medlemmarnas intressen och driva branschgemensamma frågor finns i de flesta sektorer. Deras storlek, organisation och verksamhet varierar väsentligt. Ett stort antal branschorganisationer har inte några heltidsanställda och kan liknas vid ideella föreningar, men det finns också branschorganisationer med mycket stora budgetar och ett högt antal anställda. Typiska verksamheter för branschorganisationer är bl.a. professionell rådgivning, utbildning, statistikproduktion, lobbying och informationspridning.

Konkurrensmyndigheter i olika länder har ofta intresserat sig för branschorganisationer, i synnerhet när organisationerna ägnat sig åt informationsutbyte och rådgivning kring prissättning. Exempelvis beslutade Konkurrensverket i mars 2004 att förbjuda VVS-installatörernas utgivning av prislistor p.g.a. att verket ansåg att dessa begränsade konkurrensen. Utgivningen av prislistorna betraktades av Konkurrensverket som ett horisontellt prissamarbete. Konkurrensverket ålade VVS-instal-

latörerna att upphöra med tillhandahållandet av listorna vid ett vite om fem miljoner kronor. VVS-installatörerna har överklagat Konkurrensverkets beslut och Marknadsdomstolen kommer att besluta i ärendet.

Branschorganisationer förekommer också i ärenden utanför Sveriges gränser. I USA, mellan åren 1998 och 2003, rörde närmare 30 konkurrensärenden branschorganisationer, som i sin verksamhet bl.a. fastställde prislistor och ägnade sig åt marknadsdelning och standardisering m.m.

Trots detta föreföll det inte finnas någon omfattande kartläggning av branschorganisationer i Sverige. Konkurrensverket gav därför Econ Analys i uppdrag att studera förekomsten av branschorganisationer i svensk ekonomi.<sup>37</sup> Syftet med studien har varit att undersöka i vilka branscher organisationerna verkar och vad deras huvudsakliga verksamhet är. Det här avsnittet är i sin helhet baserat på denna undersökning.

## Branschorganisationer i Sverige

Det finns drygt 400 branschorganisationer i Sverige<sup>38</sup>. Bland dessa ingår både nationella organisationer med branschövervakning som huvudsaklig sysselsättning och lokala föreningar som tillvaratar de lokala företagens intressen.

Hur många branschorganisationer som finns i en sektor kan till en del förklaras av storleken på branschen, men vissa branscher utmärker sig. I branscher med stark lokal förankring, som exempelvis branscher inom detaljhandel och fastighetsförvaltning, finns det ofta ett stort antal branschorganisationer. Detta beror på att den lokala inriktningen gör lokala

branschorganisationer betydelsefulla. Även inom livsmedelssektorn, såväl i jordbruks- som förädlingsledet, är branschorganisationer vanligt förekommande. Detta kan delvis förklaras av verksamhetens lokala inriktning, men också av att det finns ett stort antal organisationer som är inriktade på specifika typer av livsmedel. Byggsektorn är ytterligare en sektor med många branschorganisationer. Det beror framför allt på ett stort antal nationella organisationer, inriktade på mycket specifika branscher.

## Branschorganisationernas verksamhet

Branschorganisationer har analyserats inom flera vetenskapliga discipliner men deras inverkan på konkurrensen har framför allt studerats inom ramen för det nationalekonomiska ämnesområdet. Ofta har man uppmärksammat branschorganisationernas informationsutbyte, men även andra typer av verksamhet har studerats.

### INFORMATIONSVERKSAMHET

Informationsverksamhet, i form av bl.a. framställning, insamling och spridning av branschstatistik, är en av de vanligaste verksamheterna som branschorganisationer ägnar sig åt. Effekterna av utbytet beror i hög grad på vilken typ

av information som utbyts och på syftet med informationsutbytet.

Om informationen underlättar för företagen att förutsäga hur konkurrenterna kommer att agera, kan den leda till att företagets strategier blir mer lika varandra. En högre korrelation mellan företagets strategier leder, i de fall då det är gynnsamt för företagen att utbyta informationen<sup>39</sup>, vanligen till svagare konkurrens och högre priser, vilket är negativt för konsumenterna. Informationen kan även förenkla samarbete mellan företagen genom att det blir enklare för dem att observera och kontrollera konkurrenternas handlingar. Riskerna för ökad samordning och korrelerade företagsstrategier

## Branschorganisationer i Sverige

betonas ofta i de fall då branschorganisationerna ger ut detaljerad statistik över priser och kvantiteter eller detaljerad kostnadsstatistik, särskilt i de fall där det är möjligt att läsa ut enskilda företags agerande ur informationen. Men även annan statistik och själva arbetet inom branschorganisationen kan underlätta eller leda till samarbete mellan företag, genom att det skapar ett fora där företagen kan mötas.

Däremot har informationsutbyte som syftar till att minska företagens osäkerhet om marknadsvariationer, som t.ex. efterfrågevariation och prisvariationer på insatsvaror, mer oklara effekter på konkurrensen. Osäkerhet kan leda till att företagen kräver en högre kompensation för produkterna, exempelvis i form av högre priser, än vad de skulle kräva med en lägre grad av osäkerhet, men sambandet är långt ifrån entydigt.

Branschorganisationer tillhandahåller ibland även information i syfte att upplysa konsumenterna om förhållanden i branschen. Om den verksamheten leder till att konsumenterna får tillgång till korrekt information som hjälper dem att bedöma produkterna, kan följden bli lägre priser på marknaden. Av just den orsaken är det emellertid vanligare att konsumentorganisationer förmedlar den här typen av information till konsumenterna.

I stället arbetar branschorganisationerna ibland med certifiering eller licensiering av företag, där olika grader av kvalifikation kan visas. Certifiering kan betraktas som information till konsumenterna, eftersom branschorganisationen genom denna signalerar att enskilda företag uppfyller vissa fastställda kriterier.

Certifieringen bidrar många gånger till att öka den genomsnittliga produktkvaliteten på marknaden, men eftersom certifiering i normalfallet höjer konsumentpriserna och minskar antalet produkter som uppfyller kraven för certifiering, är den sammanlagda effekten för

konsumenterna oklar. Därtill utgör certifieringen ett hinder för nya företag på marknaden, vilket bidrar till att försvaga konkurrensen.

Drygt 70 procent av branschorganisationerna i enkätundersökningen ägnar sig åt någon typ av informationsutbyte. Framställning av statistik, vilket är den verksamhet som har fått mest uppmärksamhet i konkurrenssammanhang, förekommer hos knappt 60 procent av branschorganisationerna. Försäljningsstatistik på aggregerad nivå är vanligast, men både företagsspecifik och produktspecifik försäljningsstatistik förekommer relativt ofta. Statistik på produkt- och företagsnivå förekommer oftare i branschorganisationer som omfattar en stor andel av företagen i branschen. För att få ta del av statistiken är det vanligt att branschorganisationerna kräver medlemskap. Även framställning av prisstatistik förekommer, men den är normalt inte på företagsnivå. Framställning av prisstatistik är vanligare i tjänstesektorn än i varuförsäljning och varuproduktion.

Informationsspridning som riktar sig till medlemmarnas kunder rör framför allt information om kvalitet och branschkodex. Endast i ett fåtal branscher lägger branschorganisationerna ned en betydande andel tid på den här typen av informationsspridning. Enligt enkätundersökningen är det framför allt vanligt inom läkemedelsbranschen och branscher som karaktäriseras av avancerad teknologi.

### LOBBYING

Lobbying innebär att intresseorganisationer, exempelvis branschorganisationer eller konsumentorganisationer, arbetar för att påverka politiker eller andra beslutsfattare att agera i en, för medlemsföretagen, gynnsam riktning. Vilka konkurrens effekter lobbyverksamheten får beror på vilka områden lobbyverksamheten rör och hur framgångsrika branschorganisationerna är i sitt arbete. I de fall branschorganisationers

lobbying sker i syfte att minska konkurrensen på marknaden (införande av importkvoter, skyddstullar, subventioner och andra typer av handelshinder m.m.) riskerar verksamheten att få negativa konkurrens effekter.

En stor andel (över 90 procent) av branschorganisationerna i enkätundersökningen ägnar sig åt någon typ av lobbyverksamhet, men vanligen representerar lobbying en mycket liten del av den totala verksamheten. I genomsnitt spenderar branschorganisationerna endast fem procent av sin tid på lobbyverksamhet.

”Riskerna för ökad samordning och korrelerade företagsstrategier betonas ofta i de fall då branschorganisationerna ger ut detaljerad statistik över priser och kvantiteter eller detaljerad kostnadsstatistik, särskilt i de fall där det är möjligt att läsa ut enskilda företags agerande ur informationen.”

## STANDARDISERING OCH UTBYTBARHET

Standardisering leder till en högre grad av kompatibilitet mellan olika produkter eller tjänster, vilket gör att standardisering särskilt har studerats då nätverkseffekter är viktiga. Nätverkseffekter uppkommer när konsumenternas nytta ökar ju fler som konsumerar produkten; telefoni och telefax är exempel på detta. Genom en ökad grad av standardisering kan företagen erbjuda sina kunder ett större nätverk, vilket är positivt i sig och vilket också ökar konkurrensen mellan dem. Detta är positivt för konsumenterna, men för företagen kan det innebära både lägre och högre vinst. Hur företagets vinster påverkas beror på företagets storlek och position på marknaden. Ett stort företag har lite att vinna på att utöka nätverket och mycket att förlora på ökad konkurrens, medan situationen är den motsatta för ett litet företag. Liksom certifiering riskerar standardisering att minska produktvariationen, vilket kan vara negativt för konsumenterna. Arbetet med standardiseringen kan därtill underlätta samarbete mellan företag genom att det skapar ett fora där företagen kan mötas. Drygt 60 procent av branschorganisationerna i enkätundersökningen ägnar sig åt verksamhet knuten till frågor om standardisering.

## FORSKNING OCH UTVECKLING, FOU

Forskning och utveckling (FoU) kan vara mycket dyrbar, särskilt som det kan vara svårt för företag att förhindra att andra företag drar nytta av resultaten om de är enkla att kopiera. Det kan leda till att det bedrivs mindre FoU än vad som är samhällsekonomiskt effektivt. Samarbete kring FoU, t.ex. inom branschorganisationer, kan då leda till ökad FoU. Men forskningssamarbeten riskerar även att leda till att företag samarbetar kring andra frågor, vilket kan ha en negativ inverkan på konkurrensen. Samarbetena kan dessutom utgöra

## Branschorganisationer i Sverige

inträdeshinder för nya aktörer. Det går därför inte att dra några entydiga slutsatser om huruvida branschorganisationers FoU-verksamhet är positiv eller negativ för konkurrensen.<sup>40</sup>

Cirka hälften av branschorganisationerna i enkätundersökningen ägnar sig åt FoU och vanligast är då att branschorganisationerna sprider information om forskningsresultat. Forskning i egen regi är begränsad.

### UTBILDNING OCH RÅDGIVNING

Branschorganisationer bedriver också ofta rådgivning och utbildning. De verksamheterna har inte behandlats särskilt i den ekonomiska litteraturen, men borde vara relativt oproblematiske ur konkurrenssynpunkt om de leder till högre kvalitet och minskade kostnader för företagen samt om rådgivningen inte avser prissättning, rabattvillkor eller liknande. Rådgivning och utbildning kan framför allt vara betydelsefullt för små företag, som kan få

bättre möjligheter att konkurrera med de stora företagen. Nästan alla branschorganisationer i enkätundersökningen ägnar sig åt både utbildning och rådgivning.

Rådgivning är också den verksamhet som branschorganisationerna i enkätundersökningen ägnar mest tid åt, 26 procent i genomsnitt. Juridisk rådgivning är den vanligast förekommande. Andra vanliga typer är rådgivning av branschetisk karaktär samt teknisk och ekonomisk rådgivning.

När det gäller utbildning är kompetensutveckling klart vanligast. Närmare 75 procent av branschorganisationerna i enkätundersökningen erbjuder utbildning som syftar till kompetensutveckling. Övrig utbildning i branschorganisationernas regi är exempelvis utbildning för certifiering samt juridisk och ekonomisk utbildning. För att få ta del av branschorganisationernas utbildningsverksamhet krävs vanligen medlemskap i branschorganisationen.

## Branschorganisationernas inverkan på konkurrensen

Som framgår av resonemanget ovan är det inte möjligt att utifrån teorin dra några generella slutsatser om branschorganisationernas inverkan på konkurrensen. Ofta kan verksamheterna ha både positiva och negativa effekter, beroende på marknadsförhållanden och verksamhetens inriktning. Några tentativa slutsatser kan emellertid dras utifrån ovanstående.

Lobbying verkar inte vara någon av branschorganisationernas viktigare verksamheter. Visserligen bedriver över 90 procent av branschorganisationerna lobbying i någon form, men i genomsnitt ägnar de endast fem procent av tiden åt detta. I de fall lobbyverksamheten syftar till att införa inträdes hinder, handelshinder eller dylikt riskerar den att ge negativa konkurrens effekter.

När det gäller informationsutbyte beror effekterna både på vilken typ av information som utväxlas och på vilket syfte utbytet

har. Detaljerad statistik över t.ex. priser och kostnader, där enskilda företags handlingar kan utläsas, ökar möjligheten för företagen att samarbeta och förutsäga varandras strategier, vilket är negativt för konkurrensen. Effekterna av informationsutbyte på en mer aggregerad nivå är emellertid mer oklar, eftersom den också kan minska osäkerheten för företagen. Det förekommer relativt ofta att branschorganisationerna framställer statistik på företags- och produktnivå, även om statistik på mer aggregerad nivå är vanligare.

Beträffande FoU och standardisering är deras inverkan på konkurrensen utifrån ekonomisk teori oklar. Rådgivning och utbildning, vilket är en mycket viktig del av branschorganisationernas verksamhet, har inte behandlats särskilt i litteraturen, men torde vara relativt oproblematiska för konkurrensen, så länge det inte gäller prissättning m.m.

37 Studien omfattar en kartläggning av branschorganisationer i Sverige baserad på statistik från SCB. Statistiken från SCB visade sig dock ha vissa begränsningar, varför Econ gjort omfattande revideringar och inte kan garantera att den slutliga listan är helt komplett. Studien omfattar därtill en enkätundersökning där 203 branschorganisationer ingår. Svarefrekvensen är 42 procent och det partiella bortfallet som högst 30 procent. Härtill kommer att många branschorganisationer inte fanns upptagna i den adresslista som användes som urvalsram. Denna s.k. undertäckning och det stora bortfallet kan ge upphov till systematiska fel och snedvrida resultaten av undersökningen.

38 Statistik från SCB, branschöverskridande organisationer är inte inkluderade.

39 Det är endast i de fallen som företagen kan förväntas ägna sig åt informationsutbyte.

40 Samarbeten kring FoU i Sverige faller under förordning (2001:255) om gruppundantag enligt konkurrenslagen för avtal om forskning och utveckling samt under Europeiska kommissionens riktlinjer för tillämpningen av artikel 81 i EG-fördraget om horisontella samarbetsavtal (2001/C 3/02).





## Sammanfattande slutsatser

## Sammanfattande slutsatser

### Sammanfattande slutsatser

Rapporten behandlar ett tiotal branscher som skiljer sig åt på flera sätt. Gemensamt för de beskrivna branscherna är emellertid att de karakteriseras av någon typ av konkurrensproblem. I de flesta av branscherna har konkurrensen förbättrats. Emellertid framträder vissa typer av konkurrensproblem bland annat till följd av ökad importkonkurrens.

Exempelvis är koncentrationen hög i flertalet branscher, dvs. endast ett fåtal företag har betydande verksamhet på marknaden. Det medför att konsumenternas valmöjligheter begränsas och att priserna tenderar att bli högre än vad som annars skulle vara fallet.

Ofta sammanhänger koncentration med inträdeshinder. I avsaknad av höga inträdeshinder kan nya företag träda in på lönsamma marknader och minska koncentrationen. Inträdeshinder är således närmast en förutsättning för att det ska uppstå konkurrensproblem. Vertikal integration kan utgöra ett inträdeshinder och kan därmed bidra till hög koncentration. Dagligvarusektorn och delar av finans- och byggsektorerna är exempel på branscher som kännetecknas såväl av hög koncentration som av stark vertikal integration och betydande inträdeshinder.

Att omvärlden är viktig för konkurrensen i Sverige är påtagligt i rapporten. I vissa fall blir tidigare separata geografiska marknader allt mer integrerade, med ökad konkurrens som följd. Ett av de kanske tydligaste exemplen på detta är handeln med el, där en integrerad marknad i Norden är mycket betydelsefull för den svenska prisbildningen. I Sverige svarar

den största elproducenten för nära hälften av elproduktionen, medan företaget står för betydligt mer blygsamma 17 procent av försäljningen av el på den nordiska elbörsen, Nord Pool.

Ett annat exempel är flygmarknaden, där inträde av bl.a. stora internationella lågprisbolag har bidragit till lägre priser för svenska flygkonsumenter.

På ytterligare andra marknader är det tydligt att det finns stora brister vad avser importkonkurrensen, trots att Sverige utgör en del av EU:s inre marknad. Byggmaterialmarknaden utgör ett exempel på en marknad med relativt liten importkonkurrens.

En trend som kan identifieras inom flera branscher är en allt intensivare lågpriskonkurrens. Det gäller t.ex. flyg- och dagligvarumarknaderna, där nya – ofta internationella – aktörer kommit in på marknaden. De nya företagens tydliga strategiska inriktning på priskonkurrens har bidragit till ökat konkurrenstryck och lägre priser.

Effektiviseringen av regelverken har öppnat för konkurrens på många marknader. Detta gäller bl.a. inom många infrastrukturmarknader, som tele, el och gas. Nya konkurrensfrämjande regler har bidragit till att tidigare monopol nu tvingas möta konkurrens och till att valmöjligheterna ökat för konsumenterna. Samtidigt är det viktigt att vara medveten om att det kan ta lång tid för förändringar att få genomslag. På ett antal områden kvarstår också regler som försvårar för konkurrens och nytillträde. Detta gäller t.ex. tillämpningen av plan- och bygglagen (PBL), liksom annan tillståndsgivning, som inte fäster tillräcklig vikt vid konkurrensfrågor och vars administrativa

tillämpning är långsam. I synnerhet för små och medelstora företag kan den här typen av regelverk vara ett hinder för tillväxt.

Inom EU pågår sedan länge ett omfattande harmoniseringsarbete som kan komma att underlätta utbytet av varor och tjänster inom unionen. Järnvägssektorn, byggsektorn och finanssektorn är exempel på sektorer där harmonisering pågår.

Regelverk som är mer gynnsamma för konkurrens och en tilltagande internationell integration har i många fall tvingat fram ändringar i företagens marknadsstrategier. Vissa företag har fokuserat på priset som konkurrensmedel,

medan andra väljer att öka konsumentnyttan genom bättre kvalitet, service och produktutbud. Detta är vad konkurrensmyndigheter brukar kalla "competition on the merits"; en utveckling som det finns alla skäl att uppmuntra. Ibland kan dock företag försöka använda andra och för konsumenterna negativa metoder för att möta den nya situationen: missbruk av dominerande ställning i syfte att förhindra framväxten av konkurrens, konkurrensbegränsande samarbeten eller företagssammanslagningar vars syfte eller effekt är att begränsa konkurrensen.

## Konkurrensverkets uppdrag är att verka för ökad konkurrens till nytta för konsumenterna

DE HUVUDSAKLIGA SLUTSATSERNA  
I RAPPORTEN ÄR FÖLJANDE:

- **Koncentrationen i såväl leverantörsled som partihandels- och detaljhandelsled i dagligvarusektorn är hög.** Framför allt är blockbildningen och den vertikala integrationen ett hinder för nya aktörer som vill träda in på marknaden. Konkurrensen har emellertid förbättrats under senare tid, bl.a. tack vare inträdet av nya lågpriskedjor och de svenska matpriserna har också ökat långsammare än konsumentprisindex den

senaste tiden (se diagram 6). De svenska matpriserna är trots det fortfarande höga i ett internationellt perspektiv.

- **Nybilsbranschen karaktäriseras av stark mellanmärkeskonkurrens,** medan konkurrensen mellan återförsäljare av samma fabrikat är svag. Inom EU finns det fortfarande stora prisskillnader på olika bilmodeller, även om prisskillnaderna har minskat den senaste tiden. Trots det är

## Sammanfattande slutsatser

privatpersoners inköp av bilar från annat land mycket begränsade, vilket beror på att privatimport är tidskrävande och förknippad med administrativa kostnader. Europeiska kommissionens nya gruppundantag för motorfordon underlättar för verkstäder att bli auktoriserade, något som kan komma att förbättra konkurrensen, även om kraven för auktorisation fortfarande är mycket höga.

- **Priserna på flygresor har sjunkit betydligt** under den aktuella perioden, vilket har kommit konsumenterna av flygresor i Sverige tillgodo. De sänkta priserna beror delvis på en allmän nedgång i flygtrafiken de senaste åren, men framför allt på att lågprisbolagen på allvar har fått sitt genombrott i Sverige. Tillgången till slots (start- och landningstider) på Arlanda har ökat, till följd av utbyggd kapacitet och minskad trafik, och utgör i dagsläget inte ett lika stort inträdeshinder för nya aktörer som det tidigare gjort.
- **Priserna på tågresor har ökat mer än konsumentprisindex** under de senaste åren och koncentrationen på marknaderna för person- och godstrafik är hög. Ett betydande konkurrensproblem när det gäller persontrafiken är frånvaron av konkurrens på de sträckor som SJ bedömer som lönsamma. Ett annat problem är nationella skillnader i exempelvis tekniska standarder för signalsystem. Det försvårar för aktörer att verka i flera länder.
- **På telemarknaden har konkurrensen lett till lägre priser för konsumenterna.** På vissa områden fungerar dock konkurrensen fortfarande dåligt, ofta på grund av TeliaSoneras dominans vad gäller det fasta accessnätet. Olika operatörers priser och andra villkor skiljer sig kraftigt åt, både för

fast och mobil telefoni. Detta ger aktiva konsumenter stora möjligheter att spara pengar samtidigt som prisjämförelser kan vara svåra att göra.

- **När det gäller bank- och försäkringstjänster till privatpersoner och små och medelstora företag är koncentrationen hög.** Konkurrensen hämmas av att byte av försäkringsbolag och bank ofta är förknippat med kostnader för konsumenten, vilket till en del är oundvikligt, men till en del också beror på bankerna själva och på bl.a. skatteregler.
- **Elpriserna i Sverige har stigit de senaste åren.** Det är viktigt för prisbildningen på el att överföringskapaciteten mellan de nordiska länderna är tillräcklig och att prisbildningen på den nordiska elbörsen fungerar, eftersom det endast finns ett fåtal elproducenter i Sverige. För att begränsa utrymmet för prishöjningar i nätverksamheten, där det råder monopol, har det under perioden införts en ny regleringsmodell för nätavgifter.
- **I stora delar av bygg- och anläggningssektorn finns endast ett fåtal företag som är stora nog för att kunna åta sig större projekt.** Hög koncentration, höga inträdeshinder och liten importkonkurrens har bidragit till stigande byggpriser de senaste åren. Höga investeringskostnader, tidskrävande tillståndsprövning för produktion av viktiga insatsvaror, som ballast, och bristande harmonisering av byggstandarder inom unionen är andra betydande inträdeshinder för nya företag. Även bristande beställarkompetens kan utgöra ett betydande inträdeshinder, då den bland annat kan leda till att anbudsunderlag utformas så att mindre företag inte har möjlighet att lägga anbud.

- **Kontroll över råvaran är betydelsefull i skogsbranschen**, speciellt som höga transportkostnader begränsar möjligheterna till import av timmer. Särskilt tydligt är det för köpsågverken, som kan ha svårt att få tillgång till råvaran, speciellt vid bristsituationer, eftersom skogsägarna kan prioritera sin egen vidareförädling framför att leverera timmer till fristående producenter.
- **Det finns förhållanden på området för offentlig upphandling som kan motverka etablering**, tillväxt av små företag och en väl fungerande konkurrens. En konsekvens av nya EG-direktiv på upphandlingsområdet kan bli att fler offentliga aktörer måste satsa på att inrätta en effektiv inköpsfunktion.
- **Möjligheten att utveckla väl fungerande regelverk för tillträde har i vissa fall begränsats** av att erfarenheter som vunnits inom en bransch, i Sverige eller i andra länder, i alltför liten utsträckning kommit till användning inom andra branscher som möter samma typ av problem.

## Källor

## Källor

- ACNielsen, *The power of Private Label, a Review of Growth Trends around the World*
- Airport Coordination Sweden (ACS), Anders Nordfalk *E-korrespondens med uppgifter om slots på Arlanda och Bromma*
- Areeda, P. och Turner D. (1975), "Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act", *Harvard Law Review* 88
- Baumol, W. J. (1996), "Predation and the Logic of the Average Variable Cost Test", *Journal of Law and Economics*
- Bil Sweden (2003), *Bilismen i Sverige 2002*
- Bil Sweden, *Pressmeddelanden 2003-01-10 samt 2004-01-12*
- Dagens industri, *SAS lovar vinst för 2004*, *DI.se* 2004-02-11
- Dagens industri, *Biltullarna sänker hans försäljning*, 2004-04-23
- Dagens industri, *Härdbantat SAS ser ljuset*, *DI.se* 2004-08-12
- Dagens industri, *Skogsbolag plöjer ner miljarder i egna bruk*, *DI.se* 2004-08-25
- Dagens Nyheter, *SAS delades upp som planerat*, 2004-03-24
- Dagens Nyheter, *Livbolag tvingas ge flytträtt*, *DN debatt* 2004-05-29
- Delfi Marknadspartner AB, *statistik ur databasen Livs*
- Eckscart, A. och West, D. S., (2003), "Testing for Predation by a Multi-product Retailer", i *Konkurrensverkets Pros and Cons of Low Prices*
- Econ Analys AB, *Uppföljning av leverantörbytesprocessen m.m.*, maj 2004, rapport R-2004-066
- Econ Analys AB, *Branschorganisationer och dess inverkan på konkurrens*, rapport 2004-093
- Europeiska kommissionen, *Förordning (EG) nr 1400/2002 av den 31 juli 2002*
- Europeiska kommissionen, *Broadband access in the EU: situation at 1 January 2004*
- Europeiska kommissionen, *Study to assess the effects of different slot allocation schemes, a final report for the European Commission, DG trend, NERA 2004*
- Europaparlamentet och Europarådet, *Samordning av förfarandena vid offentlig upphandling av byggentreprenader, varor och tjänster, direktiv PE-CONS 3696/03 (MAP 23 CODEC 1760)*
- Eurostat, *Eating, drinking, smoking – comparative price levels in EU, EFTA, and Candidate Countries for 2003*
- Eurostat, *Economy and finance – Statistics in focus 37, 2004*
- Eurostat, *Electricity prices for EU households in 1 January 2004*
- Expertgruppen för studier i offentlig ekonomi, ESO (2002), *Lärobok för regelnissar*, Ds 2002:21, Fritzes offentliga publikationer, Edita
- Norstedts tryckeri AB, Stockholm
- Finansdepartementet (2004), *Promemoria om flytträtt för pensions-sparande*, Finansmarknadsavdelningen juni 2004
- Finansinspektionen (2003), *Finanssektorns stabilitet 2003*, rapport 2003:3
- Finansinspektionen (2004), *Sparbarometer, Fjärde kvartalet 2003*
- Finansinspektionen (2004) *Ny lag om bank- och finansieringsrörelse – hur företagen påverkas*, promemoria 2004-06-03
- Green Cargo, *Kvartalsrapport januari–mars 2004*
- Goldman Sachs, O'Neill J. et al., *Growth and Development, The Path to 2050*, The Goldman Sachs Group
- Ica, *Fri Köpenskap, april 2004*
- Ica, *Fri Köpenskap, augusti 2004*
- Kate, A. och Niels G., (2003), "Below Cost Pricing in the Presence of Network Externalities", i *Konkurrensverkets Pros and Cons of Low Prices*
- Keeler, E. B. (1992), "Effects of Cost Sharing on Use of Medical Services and Health Care". *Medical Practice Management*
- Konkurrensverket (2001), *Konkurrensrörligheten på de finansiella marknaderna*, rapport 2001:5
- Konkurrensverket (2002), *Vårda och skapa konkurrens*, rapport 2002:2
- Konkurrensverket (2003), *A Powerful Competition Policy. Towards a more coherent competition policy in the Nordic market for electric power*. Report from the Nordic competition authorities, rapport 2003
- Konkurrensverket (2003), *The Pros and Cons of Low Prices*, rapport 2003
- Konkurrensverket (2004), *The Pros and Cons of Antitrust in Deregulated Markets*, rapport 2004
- Konkurrensverket (2004), *Årsredovisning 2003*
- Konkurrensverket (2002), *Dagligvaruhandeln – struktur, ägarform och relation till leverantörer*, rapport 2002:6
- Konkurrensverket (2004), *Konsumenterna, matpriserna och konkurrensen*, rapport 2004:2
- Konkurrensverket (2004), *Lilla konkurrensboken, en skrift från Konkurrensverket*
- Konkurrensverket (2004), *Monopolmarknader i förändring*, rapport 2004:3
- Konkurrensverket, *Ansökan om icke-ingripandebesked/undantag – rekommendation från Försäkringsförbundet, dnr 727/2003*

- Laffont och Tirole (2000), *Competition in Telecommunications*, MIT Press
- Lufftartsverket (LFV) (2004), *Flygets utveckling 2003*, sektorredovisning
- Lufftartsverket (LFV) (2004), *Flygkrisen i Sverige, analys och förslag till åtgärder*, rapport 2004:2
- Lufftartsverket (LFV) (2004), *Lufftart 2003*
- Lufftartsverket (LFV) (2004), *Årsredovisning 2003*
- Motorbranschens riksförbund (MRF), *Motorbranschen, februari 2004*
- Naturvårdsverket (2004), *Marknaden för avfallshantering*, rapport september 2004
- Nord Pool, *Prisuppgifter från spotmarknaden*, hemsida 2004-09-13
- OECD, *The Regulation of Access Services (with focus on telecommunications)*
- Post- och telestyrelsen (PTS) (2004), *Svensk telemarknad 2003*, rapport PTS-ER-2004:24
- RingBilligt.nu, *Prisuppgifter från hemsida 2004-07-07*
- SAS, *SAS-koncernens delårsrapport januari–juni 2004*
- SCB (2004), *Bostads- och byggnadsstatistisk årsbok 2004*
- SDC, VMR, *Virkesmätning och redovisning, Skogsindustrins virkesförbrukning samt produktion av skogsprodukter 1999–2003*
- Skogsindustrierna, *Föreningen Sveriges Skogsindustrier* (2004), *Skogsindustrin 2003, en faktsamling*, Media Express Förlag och Information, Stockholm
- Skogsstyrelsen, *Skogsstatistisk årsbok (2003 och 2004)*
- SOU 1999:139, *Effektivare offentlig upphandling för fortsatt välfärd, trygghet och tillväxt*, Finansdepartementet
- SOU 2002:7, *Konkurrens på elmarknaden*, Näringsdepartementet
- SOU 2002:115, *Skärpning gubbar! Om konkurrensen, kvaliteten, kostnaderna och kompetensen i byggsektorn*, Finansdepartementet
- SOU 2003:104, *Järnväg för resenärer och gods*, Näringsdepartementet
- SOU 2004:15, *Tolkförmedling – kvalitet registrering tillsyn*, Justitiedepartementet
- Statens energimyndighet (STEM) (2004), *Energimarknad 2004*, ET 27:2004
- Statens energimyndighet (STEM) (2004), *Konsumenterna och den förnybara elen*, ER 12:2004
- Statens energimyndighet (STEM) (2004), *Hantering av begränsningar i det svenska överföringssystemet för el – Ett nordiskt perspektiv*
- Statens Järnvägar (SJ), *SJ:s årsredovisning 2003*
- Stockholmsbörsen, *Statistikuppgifter från hemsida rörande värdepappersbolag*
- Svenska Bankföreningen, *Bank och finansstatistik 2000–2003*
- Svenska Dagbladet (SvD), *Stödet till Ryanair avgörs inom kort*, SvD.se 2004-08-19
- Svenska Kommunförbundet och Landstingsförbundet (2004), *Utvecklingen i svensk hälso- och sjukvård – en redovisning av hur sjukvården använder sina resurser, 2004*
- Sveriges Byggingustrier (BI), *Statistikuppgifter från hemsida rörande byggmarknaden och de största aktörerna, 2004-08-20*
- Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU) (2001), Naurén M., Nylinder M. och Gustavsson R., *Sågfakta 2000, resultat från sågverksinventeringen 2000*
- Sveriges riksbank (2004), *Den svenska finansmarknaden 2004*
- The Nordic competition authorities (2003), *A Powerful competition policy, towards a more coherent competition policy in the Nordic market for electric power*, rapport nr 1/2003
- The Nordic competition authorities (2004), *Telecompetition – Towards a single Nordic market for telecommunication services?*
- Valetti, T. (2003), *"The theory of access pricing and its linkage with investment incentives"*. Telecommunications Policy, Vol. 27, No 10–11
- Werden, G. J. (2003), *The American Airlines Decision: Not with a Bang but with a Whimper*, stencil
- ÅF-Energi & Miljö AB och TelgeKraft AB (2004), *El- och gasmarknadsutredningen, utredning av råkraftmarknaden*, slutrapport 2004-06-30





**R**apporten du håller i handen ger en bild av konkurrensläget i svensk ekonomi 2004. "Konkurrensen i Sverige 2004" är den tredje skriften som beskriver konkurrensläget i ett antal branscher. I årets rapport har vi valt ett tiotal branscher som på olika sätt har varit aktuella i Konkurrensverkets verksamhet under perioden 2003 och första halvåret 2004.

KONKURRENSVERKETS RAPPORTSERIE 2004:5



Adress 103 85 Stockholm  
Besöksadress Sveavägen 167  
Telefon 08-700 16 00  
Fax 08-24 55 43  
konkurrensverket@kkv.se

[www.konkurrensverket.se](http://www.konkurrensverket.se)