



Kartläggning av kommunala bolags försäljningsverksamhet

I konflikt med privata företag

Rapport 2014:3



KONKURRENSVERKET
Swedish Competition Authority

Kartläggning av kommunala bolags försäljningsverksamhet

- I konflikt med privata företag

Konkurrensverkets rapportserie 2014:3

Konkurrensverket december 2014

Utredare: Martin Bäckström (projektledare), Robert Johansson,
Karin Larsson och Axel Zacharoff

ISSN-nr 1401-8438

E-print, Stockholm 2014

Foto: Matton Images

Förord

Det har snart gått fem år sedan reglerna om konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet i konkurrenslagen (2008:579) trädde i kraft. Reglerna är avsedda för att komma till rätta med konkurrensnedvridningar som kan uppstå när offentliga aktörer bedriver säljverksamhet i konkurrens med privata företag. Reglerna har fått kritik från näringslivshåll för att sakna effekt. Det finns även sentida forskning som indikerat att privata företag inte upplever att konkurrensförutsättningarna har förändrats i större omfattning.

Vi har därför vänt oss till den offentliga sektorn och undersökt kommunala bolags säljverksamhet. Rapporten baseras på inhämtad data från och om 135 kommunala bolag i Sverige. Vår avsikt har varit att låta de kommunala bolagen beskriva i vilken omfattning de anser sig möta konkurrens från privata företag. Denna konkurrens-situation benämns ofta som den så kallade konfliktytan mellan offentliga aktörer och privata företag.

Rapporten riktar sig primärt till beslutsfattare i kommunerna runt om i Sverige. Förhoppningen är att en ökad medvetenhet om konfliktytan ska bidra till att förbättra villkoren och förutsättningarna för nyskapande och utveckling av företag, inte minst till gagn för små- och medelstora företag på lokal nivå.

Stockholm, december 2014

Dan Sjöblom
Generaldirektör

Innehåll

Sammanfattning	7
Summary	11
1 Varför en kartläggning av kommunala bolags försäljningsverksamhet?	15
1.1 Hur kartläggningen genomfördes.....	17
1.2 Vilka kommuner och bolag ingick i kartläggningen?	17
2 Kommunal näringsverksamhet	19
2.1 Konfliktytan mellan offentlig och privat näringsverksamhet	19
2.2 Principer för kommunal försäljningsverksamhet – några grundläggande utgångspunkter	22
3 Resultatet av kartläggningen	29
3.1 Gemensamma uppgifter för samtliga bolag	29
3.2 Tekniktunga bolag.....	40
3.2.1 Energi	47
3.2.2 Renhållning	50
3.2.3 IT och telekom.....	53
3.3 Allmännyttiga bostadsbolag	57
3.4 Näringslivsfrämjande bolag.....	66
3.5 Övriga fastighetsbolag	74
3.6 Kommunala moderbolag.....	81
3.7 Turisminriktade bolag	85
3.8 Trafik- och infrastrukturbolag	92
3.9 Parkeringsbolag	99
3.10 Fritidsanläggningsbolag	104
3.11 Informations- och konsultbolag.....	109

4	Slutsatser	112
	Referenser	126
	Bilaga 1 – Konkurrensverkets åläggande.....	130
	Bilaga 2 – Kommunförteckning.....	133
	Bilaga 3 – Bolagsförteckning.....	134
	Bilaga 4 – Metoden i kartläggningen.....	137
	Bilaga 5 – Sammanställning av i vilken omfattning bolagen tillämpar självkostnadsprincipen.....	145
	Bilaga 6 – Sammanställning av i vilken omfattning bolagen anser sig möta konkurrens.....	146
	Bilaga 7 – Sammanställning av försäljningsintäkter fördelat per kundgrupp.....	147

Sammanfattning

Privata och offentliga aktörer verkar under olika förutsättningar på marknaden och det finns en risk för att problem uppstår när konkurrensen inte sker på lika villkor. När offentliga aktörer konkurrerar med privata företag uppstår en konkurrenssituation som ofta benämns som konfliktytan mellan offentliga aktörer och privata företag. Syftet med rapporten är att belysa denna konfliktyta. Konkurrensverket har därför kartlagt vilka varor och tjänster som 135 kommunala bolag i 29 kommuner säljer, till vem försäljningen sker, om bolagen anser sig möta konkurrens, om de deltar i offentliga upphandlingar och vilka prissättningsprinciper bolagen tillämpar. Vi har också inhämtat uppgifter om bolagens omsättning och resultat.

Konfliktytan mellan offentligt och privat är inte ny, utan bör ses mot en samhällsutveckling som pågått under en längre tid. Offentliga aktörer bedriver i dag i ökad utsträckning näringsverksamhet på områden där det finns privata aktörer. Samtidigt har avregleringar och ökad konkurrensutsättning av offentlig kärnverksamhet medfört att privata företag fått tillträde till områden som tidigare har varit förbehållna exempelvis kommunal egenregi. Nyare forskning visar att privata företagare upplever att de är utsatta för betydande konkurrens från offentliga aktörer samt att konkurrenstrycket från offentlig sektor har ökat de senaste åren.

Resultatet av vår granskning bekräftar denna bild. De kommunala företagen blir allt fler och ser man till de bolag som ingår i kartläggningen ökar omsättningen mellan 2010 och 2013. På nationell basis har omsättningen för samtliga kommunala företag ökat marginellt under samma tidsperiod. Slutsatsen man kan dra av detta är därför att det inte är troligt att konfliktytan mellan privata

företag och offentligt aktörer kommer att minska, utan snarare består och uppstår den på nya områden.

De 135 bolagen i kartläggningen har redovisat försäljningsintäkter på drygt 13 miljarder kronor för 2013. Bolagen är verksamma inom en rad olika områden. Bolagen säljer fjärrvärme, el, bedriver elnät- och bredbandsverksamhet. De har ansvar för insamling och omhändertagande av avfall samt det kommunala vatten- och avloppsnätet. Bolagen har allmännyttiga uppdrag att hyra ut bostäder till kommunmedborgarna och hyr även ut lokaler till företag. Bolagen ägnar sig åt näringslivsfrämjande verksamhet och olika former av turismverksamhet – både att locka turister till kommunen och att driva turistanläggningarna. Bolagen har även ansvar för fritidsanläggningar. Bolagen bedriver parkeringar, flygplatser, hamnar och ägnar sig åt busstrafik. Därtill förekommer det att bolagen är rena moderbolag med ägaruppgifter i kommunkoncerner samt att bolagen har en informations- och konsultroll inom den kommunala förvaltningen.

Bolagen bedriver närmare 80 procent av sin försäljning till kunder utanför den egna kommunkoncernen. Den största delen av försäljningen sker till privatpersoner, hushåll och företag i den egna kommunen. Denna kundgrupp står för två tredjedelar av försäljningsintäkterna.

I kartläggningen ställdes frågan om i vilken omfattning bolagen anser sig möta konkurrens från privata företag. Det ställdes också en fråga om i vilken omfattning bolagen tillämpar den grundläggande självkostnadsprincipen för kommunal prissättning. Självkostnadsprincipen innebär förenklat att prissättningen ska utgå från de faktiska kostnaderna och att en vinstmarginal inte ska ligga till grund för prissättningen. I speciallagar finns det undantag från

principen, t.ex. ska kommunal elförsäljning ske enligt marknads- villkor.

Drygt 60 procent av bolagen i kartläggningen har uppgett att de möter konkurrens från privata företag. Dessa bolag står för 90 procent av försäljningsintäkterna. Ser man på de bolag som möter konkurrens för samtliga varor och tjänster står de för drygt 6 miljarder kronor vilket motsvarar knappt hälften av försäljnings- intäkterna i kartläggningen.

Över hälften av bolagen har uppgett att de tillämpar självkostnads- principen vid prissättning av vissa varor och tjänster. Bolagen står dock för cirka 75 procent av försäljningsintäkterna i kartläggningen.

Av den totala försäljningen kommer drygt tre miljarder från elnäts- verksamhet, fjärrvärme, och de kommunala vatten- och avlopps- näten. Denna försäljning sker i legala och naturliga monopol och därmed uppstår inte någon konkurrenssituation med privata företag. Elnätsverksamheten och fjärrvärmeverksamheten ska dessutom särredovisas. Denna försäljning kan därför räknas bort när man ser på konfliktytan.

Omsättningen för bolagen i kartläggningen har ökat med sju procent mellan åren 2010–2013. Omsättningen för samtliga kommunala företag har inte ökat på samma sätt utan den har ökat marginellt mellan 2010–2012. Antalet kommunala företag har dock under samma period ökat med sju procent, från 1 622 stycken till 1 733 stycken.

Mellan 2010–2013 har bolagen i kartläggningen som helhet gått med vinst. Av de bolag som möter konkurrens går dock 16 procent med förlust.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att det finns en betydande bestående konfliktyta mellan kommunala bolag och privata företag. Att det blir fler kommunala företag tyder även på att konfliktytan ändras och uppstår på nya områden.

Uppgifterna från de kommunala bolagen bekräftar därmed bilden som har framgått från forskning om privata företag – att privata företagare är utsatta för konkurrens från offentliga aktörer inom ett betydande antal områden.

Summary

The Swedish Competition Authority's task

The objective of the Swedish Competition Authority is to promote effective competition in the private and public sectors for the benefit of consumers and an efficient public procurement for the benefit of the general public and market participants.

The Competition Authority's main tasks are:

- Law enforcement and supervision of the Competition Act and public procurement rules.
- Promoting policy and other measures for effective competition and public procurement.
- Research in the field of competition and public procurement.

Legislative framework on anti-competitive sales activities by public entities

The rule against anti-competitive sales activities carried out by public entities in competition with private undertakings has been in force since 1 January 2010. This means that the Swedish Competition Authority has recourse to Stockholm City Court to request the prohibition of sales activities by public entities that are considered to distort or impede competition.

A study on sales activities by municipal undertakings

When municipalities, county councils or the central government engage in business operations in a competitive market, this may result in competition being restricted.

A key difference between private and public entities is that the latter cannot be declared bankrupt and generally benefit from being financed through tax subsidies. They therefore operate under different market conditions than private competitors. Their mere presence in markets often gives rise to market distortions. For example it may act as a disincentive for private undertakings to even enter such markets.

The purpose of this study is to highlight the areas of conflict between private and public entities in mixed markets. The Swedish Competition Authority has therefore reviewed the sales activities of 135 municipally owned undertakings in 29 municipalities. The scope has been to study what products the undertakings offer, to whom the products are offered, to what extent there is competition with private undertakings and which pricing principles are used when pricing products.

The public sector's increased market orientation has made the boundary between the public and private sectors less distinct and led to increased competition conflicts between public and private entities.

Research has shown that private undertakings consider themselves to be exposed to significant competitive pressure from the public sector. Private undertakings believe that competitive pressure has increased in recent years.

Our study confirms this picture. There is an increased number of municipally owned undertakings and turnover for the 135 undertakings in the study had increased by 7 percent since 2010. However, it should be noted that across all municipally owned undertakings, turnover has increased marginally since 2010. In conclusion, it is not likely that areas of conflict will decrease. Rather, they will persist and diversify.

The 135 undertakings in the study have accounted for turnover of approximately 13 billion SEK. They are active in a wide range of market areas. The undertakings sell heating, electricity and broadband. They are responsible for the collection of municipal solid waste, municipal water and sewerage. The undertakings provide public housing and apartments in the municipalities, and they supply the local business community with premises. They promote tourism to the municipality. They manage car parks, airports, seaports and public transport. They act as parent companies in municipally owned corporate groups and as consultants to the municipalities.

Approximately 80 percent of the revenue of the undertakings comes from customers other than municipalities themselves. Two thirds of the revenue derives from private persons, households and undertakings within the own municipality.

One of the questions asked in the study was to what extent the municipal undertakings face competition from private undertakings. Another question was regarding which pricing principles are applied by the municipal undertakings.

More than 60 percent of the municipal undertakings responded that they face competition from private undertakings. 90 percent of the total revenue comes from these undertakings.

More than half of the undertakings use the prime cost principle when determining the price for some of the services provided. These undertakings represent over 75 percent of the total revenue surveyed in this study.

Approximately three billion SEK of turnover derives from sales of district heating, the electricity networks and the water and sewer system. These market areas are subject to special legislation and are therefore not competitive. This should be taken into account when trying to calculate the extent of conflict between public and private undertakings.

Turnover for the undertakings in the report increased by 7 percent from 2010 to 2013. Turnover did not increase in the same way across all municipally owned undertakings. Rather, turnover across all municipally owned undertakings increased marginally between 2010 and 2012. However, the total number of municipally owned undertakings increased by 7 percent between 2010 and 2012, from 1622 to 1733.

The undertakings in the study have as a whole made a profit between 2010 and 2013. However, 16 percent of the undertakings that face competition from private undertakings make losses.

In summary, the conclusion is that there is a significant area of conflict between municipal undertakings and private undertakings. The fact that the total numbers of municipal undertakings is increasing suggests that the area of conflict is changing.

The final conclusion is that the data from the municipal undertakings confirms the picture presented by private undertakings of a significant amount of competition between public and private undertakings.

1 Varför en kartläggning av kommunala bolags försäljningsverksamhet?

Sedan den 1 januari 2010 kan staten, ett landsting eller en kommun förbjudas att tillämpa visst förfarande, det vill säga *hur* en tjänst säljs, i sin säljverksamhet med stöd av reglerna om konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet (KOS-reglerna) i konkurrenslagen (2008:579). Ett landsting eller en kommun kan även förbjudas att bedriva viss säljverksamhet, det vill säga *vad* som säljs. Förutsättningarna för förbud är att verksamheten snedvrider eller hämmar konkurrensen.

Inför Almedalen sommaren 2013 genomförde Konkurrensverket en enkätundersökning riktad till samtliga kommuner och landsting samt 59 statliga aktörer. Av de tillfrågade uppgav 74 procent att de bedriver säljverksamhet i konkurrens med privata aktörer. Av de som kände till KOS-reglerna svarade 56,4 procent att verksamheten har utvärderats ur konkurrenssynpunkt. Vidare svarade drygt 70 procent av de som bedrev offentlig säljverksamhet att de saknade en särskild konkurrenspolicy.¹

Även i flera rapporter framgår det att privata företag uppfattar konkurrens från offentliga aktörer som problematisk.

Av Företagarnas (2013) rapport *Osund konkurrens – Fortfarande ett problem för små företag* framgår det till exempel att 18 procent av företagen² i undersökningen upplever att de är utsatta för konkurrens från offentlig sektor. Av de företag som upplevde konkurrens från offentlig sektor upplevde 80 procent problem i sin

¹ Konkurrensverket (2013:10), s. 214 ff.

² De tillfrågade företagen uppgick till drygt 4 000. Företagen hade 1–49 anställda.

verksamhet till följd av konkurrensen. De ansåg även att konkurrenstrycket från offentlig sektor har ökat de senaste tre åren.

I Lundbäck och Daunfeldts (2013) rapport³ *Kommunalt företagande som konkurrensbegränsning – företagens perspektiv* upplevde 39,2 procent av de tillfrågade företagen konkurrens från kommunala bolag eller förvaltningar. Av dessa företag ansåg 85,3 procent att kommunägda bolag hade väsentliga eller vissa fördelar i förhållande till det privata företaget. 74,6 procent av företagen var av uppfattningen att kommunala bolag får stöd från det offentliga som snedvrider konkurrensen. Detta tycks framförallt yttra sig i att kommunala bolag kan ta ut lägre priser.⁴

I rapporterna undersöks främst privata företags subjektiva uppfattning av konkurrens från offentlig sektor, vilket inte behöver återspegla verkliga sakförhållanden. Det framgår av rapporterna inom vilka sektorer som problemen upplevs men inte vilka varor och tjänster det handlar om eller hur stor andel av de kommunala bolagens verksamhet som anses problematisk. Det senare framgår heller inte av Konkurrensverkets tidigare undersökningar.

Mot denna bakgrund genomför Konkurrensverket denna kartläggning. Syftet med kartläggningen är att identifiera, kvantifiera och visualisera konfliktytorna mellan privata företag och offentliga aktörer. Med konfliktyta avses den konkurrenssituation som uppstår när offentliga företag konkurrerar med privata företag. En grundläggande förutsättning för konfliktytan är att offentliga aktörer kan driva sin verksamhet på andra grunder än privata företag. Exempelvis kan en kommun inte gå i konkurs på samma sätt som ett privat företag.

³ Rapporten finansierades med forskningsmedel från Konkurrensverket.

⁴ Lundbäck och Daunfeldt (2013), s. 38.

1.1 Hur kartläggningen genomfördes

Kartläggningen initierades genom att Konkurrensverket ålade⁵ 138 kommunala bolag i 29 kommuner att besvara ett antal frågor. De kommunala bolagen besvarade frågorna i ett frågeformulär. Konkurrensverket har därefter sammanställt och analyserat svaren.

De kommunala bolagen ålades att besvara vad syftet med bolaget är, vilka varor och tjänster bolaget säljer, till vilka kundgrupper försäljningen bedrivs, om bolagen möter konkurrens från privata företag, vilka prissättningsprinciper bolaget tillämpar och om bolaget har lämnat anbud i offentliga upphandlingar.

Konkurrensverket har även självständigt inhämtat omsättning, nettoomsättning samt resultat för de fyra senaste redovisningsåren (2010-2013)⁶ för de aktuella bolagen i kartläggningen. Detta för att kunna analysera trender över flera år samt för att kontrollera rimligheten i svaren från de kommunala bolagen.

1.2 Vilka kommuner och bolag ingick i kartläggningen?

Kartläggningen omfattade 10 procent av Sveriges 290 kommuner. De 29 kommunerna i kartläggningen valdes ut genom ett systematiskt urval baserat i första hand på Sveriges Kommuner och Landstings (SKL) kommungruppsindelning⁷ och i andra hand på kommunkod.

⁵ Se bilaga 1 för det aktuella åläggandet.

⁶ För tre bolag saknades bokslut för år 2013. I dessa fall har redovisningsåren 2009–2012 använts.

⁷ Följande grupperingar ingår i SKL:s kommungruppsindelning: storstäder, förortskommuner till storstäder, större städer, förortskommuner, pendlingskommuner, turism- och

Samtliga kommuner i Sverige listades efter kommungruppsindelningen och kommunkod. Därefter valdes var tionde kommun ut ur en fallande lista. Genom detta urval säkerställdes en spridning av vilka typer av kommuner som representerades i kartläggningen. Kartläggningen innehåller kommuner ur samtliga av SKL:s kommungrupper förutom gruppen storstäder⁸. När urvalet hade genomförts visade det sig även att det hade uppstått en god geografisk spridning av kommunerna. Vilka kommuner som ingår i kartläggningen framgår av bilaga 2.

Av de 29 kommunerna saknade två kommuner bolag⁹, Hylte och Orust. Kartläggningen omfattar därmed 10 procent av Sveriges 290 kommuner. Genom ett registerutdrag från Statistiska Centralbyrån identifierades totalt 138 bolag i de 29 kommunerna. Tre av dessa bolag var antingen inte i kommunal ägo längre, eller hade likviderats. Dessa tre bolag behövde därför inte lämna in några uppgifter till kartläggningen. Konkurrensverket fick därför svar från 135 kommunala bolag i 27 kommuner. Vilka bolag som ingick i kartläggningen framgår av bilaga 3.

besöksnäringskommuner, varuproducerande kommuner, glesbygdskommuner, kommuner i tätbefolkad region samt kommuner i glesbefolkad region. För ytterligare information om de olika kommungrupperna, se:

http://www.skl.se/kommuner_och_landsting/fakta_om_kommuner/kommungruppsindelning

⁸ Kommuner med en folkmängd som överstiger 200 000 invånare.

⁹ Med bolag avses här aktiebolag, handelsbolag eller kommanditbolag.

2 Kommunal näringsverksamhet

I fokus för kartläggningen ligger kommunala bolags försäljningsverksamhet – vad bolagen säljer och till vem. I detta kapitel ges en kort introduktion till hur den kommunala bolagsstrukturen och konfliktytan mellan offentliga och privata företag har uppstått. Därutöver redogörs det för några viktiga kommunala principer som kommunala bolag måste förhålla sig till i sin försäljningsverksamhet.

2.1 Konfliktytan mellan offentlig och privat näringsverksamhet

Trenden är att antalet kommunala företag ökar. År 2012 uppgick antalet kommunala företag till 1 733 stycken enligt statistik från Statistiska Centralbyrån (SCB).¹⁰ Kommunerna förefaller starta fler företag. År 2007 fanns det 1 535 kommunala företag.¹¹ År 2010 fanns det 1 622 kommunala företag.¹² Mellan åren 2010 och 2012 har därmed ca 100 nya företag tillkommit. Företagen omsatte år 2013 närmare 184 miljarder kronor och gjorde ett resultat på närmare 11 miljarder kronor. Omsättningen har ökat från 144 miljarder kronor år 2007 till 184 miljarder kronor år 2010.¹³ Mellan 2010 och 2012 är omsättningen oförändrad. Resultatet har utvecklats positivt från 7,6

¹⁰ SCB (2013), s. 7.

¹¹ SCB (2008), s. 5.

¹² SCB (2011), s. 5.

¹³ SCB (2011), s. 5.

miljarder år 2007 till 11,1 miljarder år 2010¹⁴ och 11,8 miljarder år 2012.¹⁵

I sin analys av konkurrensen i Sverige på 1990-talet konstaterade Konkurrensverket att offentliga aktörer under 1990-talet i ökad utsträckning hade börjat bedriva näringsverksamhet i områden där det redan fanns privata företag.¹⁶ Det ökade inslaget av offentliga aktörer i den privata sektorn har medfört en konfliktyta mellan privata och offentliga aktörer. Det är dock inte bara det offentliga som i ökad omfattning har börjat bedriva näringsverksamhet inom vad som typiskt sett är den privata sektorn. Avregleringar och ökad konkurrensutsättning av till exempel kommunernas kärnverksamheter har medfört att privata företag fått tillträde till områden som tidigare var förbehållna den kommunala egenregin.

Ökningen av marknader där offentliga företag möter privata företag kan ses i ljuset av de senaste 35 årens samhällsförändring som kan karaktäriseras av en utveckling från välfärdsstat mot en marknadsstat. Utvecklingen innebär att ekonomisk effektivitet i allt högre omfattning påverkar hur det allmänna beslutar att disponera sina resurser, till exempel att genom effektiv produktion åstadkomma effektiv resursfördelning.¹⁷

En del av konfliktytan kan förklaras av att förvaltningsrätten, som de offentliga aktörerna behöver förhålla sig till, inte alltid är anpassad till marknad- och konkurrenssituationer. Samtidigt har

¹⁴ SCB (2011), s. 5.

¹⁵ SCB (2013), s. 7.

¹⁶ Konkurrensverket (2000:1).

¹⁷ Se Indén (2008), s. 23 f.

konkurrensrätten tidigare inte var specifikt anpassad för offentliga aktörer som konkurrerar med privata företag.¹⁸

KOS-reglerna syftar till att lösa konkurrenskonflikter mellan offentligt och privat företagande. Regeringen konstaterade i förarbetena till reglerna att konkurrenslagens traditionella förbud i de flesta fall inte kunde råda bot på uppkomna konkurrenskonflikter mellan offentliga och privata aktörer.¹⁹ KOS-reglerna har föregåtts av flera statliga initiativ och beredningar under en längre tid. Bland annat tillsattes redan år 1994 en statlig utredning som 1995 mynnade ut i utredningen *Konkurrens i balans - Åtgärder för ökad konkurrensneutralitet vid offentlig prissättning*, (SOU 1995:105).

Hur konfliktytorna uppstår och hur de ser ut i praktiken belyser Konkurrensrådet i sitt betänkande *Konkurrens på lika villkor mellan offentlig och privat sektor* (SOU 2000:117). Konkurrensrådet räknade i betänkande bland annat följande typfall:

- sammanblandning av monopolskyddad och konkurrensutsatt verksamhet, så kallad korssubventionering
- utnyttjande av myndighetsutövning på konkurrensutsatta marknader
- ensam tillgång till strategisk nyttighet
- försäljning av överskottskapacitet
- kommunal försäljning över kommungränsen.²⁰

Utöver de typfall Konkurrensrådet angav kan man även lägga till att prissättningen kan upplevas som snedvridande.²¹ I regel beror

¹⁸ Indén (2008), s. 23 f.

¹⁹ Prop. 2008/09:231 s. 30.

²⁰ Se SOU 2000:117 s. 83 – 111 för en mer fullständig genomgång.

²¹ Jfr. Lundbäck och Daunfeldt (2013), s. 28 f.

det då på att den offentlige aktören tar ut lägre priser än vad en privat aktör kan erbjuda, men det kan även handla om en selektiv prissättning där olika aktörer erbjuds olika priser. Förekomsten av de olika typfallen kommer inte att analyseras särskilt i den fortsatta framställningen. Att i det enskilda fallet analysera i vilken grad det förekommer till exempel korssubventioneringar i en viss konflikt-yta kräver andra metoder och utgångspunkter än vad som varit fallet i denna rapport. Sådana analyser kommer därför inte att göras i rapporten.

2.2 Principer för kommunal försäljningsverksamhet – några grundläggande utgångspunkter

I sin verksamhet måste kommunerna förhålla sig till en rad kommunalrättsliga principer. Utgångspunkten för all kommunal verksamhet är att den ska ske ur ett allmänintresse för kommunmedborgarna i den egna kommunen, vilket kommer till uttryck bland annat i 2 kap. 1 § kommunallagen.

Kommunernas uppgifter brukar därutöver delas in i obligatoriska och frivilliga uppgifter. Till kommunernas obligatoriska uppgifter hör social omsorg, för-, grund- och gymnasieskola, plan- och byggfrågor, miljö- och hälsoskydd, renhållning och avfallshantering, vatten och avlopp, räddningstjänst, civilt försvar, biblioteksverksamhet och bostäder. Kommunerna har, tillsammans med landsingen, även ansvar för kollektivtrafiken.²²

Det finns även en rad uppgifter som är frivilliga för kommuner att utföra eller erbjuda i de fall det gäller tjänster. Hit hör uppgifter

²² <http://www.regeringen.se/sb/d/1906/a/152464>.

inom fritid och kultur, energi, sysselsättning och näringslivsutveckling.²³

När en kommun överlämnar en kommunal uppgift eller angelägenhet till ett kommunalt bolag måste även det kommunala bolaget förhålla sig till de kommunalrättsliga principerna och utgångspunkterna. Till exempel ska det kommunala ändamålet med bolagets verksamhet och de kommunala befogenheterna anges i bolagsordningen för bolaget.²⁴

De kommunalrättsliga principerna kan delas in i de två följande kategorierna: principer som begränsar den kommunala kompetensen och principer som gäller när kommunen agerar inom kompetensen.²⁵ Förenklat betyder begreppet "den kommunala kompetensen" vad en kommun får ägna sig åt. Nedan redogörs för några av de principer som inverkar vid kommunal försäljningsverksamhet.

Till de principer som inverkar på kommunal försäljningsverksamhet kan man även räkna lokaliseringsprincipen och förbudet mot att ägna sig åt uppgifter som annan ansvarar för på annan hänföras, förbudet mot att driva spekulativ näringsverksamhet, självkostnadsprincipen och underskottsprincipen. Därutöver kan även likställighetsprincipen och statsstödsreglerna aktualiseras.

Nedan följer av denna anledning en kort redogörelse av varje princip.

²³ <http://www.regeringen.se/sb/d/1906/a/152464>.

²⁴ 3 kap. 17 § kommunallagen.

²⁵ Bohlin (2007), s. 87 f.

Lokaliseringsprincipen

Lokaliseringsprincipen i 2 kap. 1 § kommunallagen innebär att en kommun får ha hand om sådana angelägenheter av allmänt intresse som har anknytning till kommunens område eller dess medlemmar.

Kommunernas verksamhet grundas på en territoriell indelning och tanken är att en kommun endast ska verka inom sitt geografiskt bestämda område. Men om anknytningen till den egna kommunen är tillräckligt stark så får kommunen engagera sig på en annan kommuns område, till exempel för väg- eller flygtrafik.²⁶

Huvudregeln vid kommunal försäljningsverksamhet är därmed att den ska ske i den egna kommunen och främja ett allmänintresse. Från denna huvudregel finns dock undantag. Dessa föreskrivs i speciallagstiftning. Ett exempel på undantag från lokaliseringsprincipen finner man i ellagen. Där framgår det att kommunala elbolag får sälja el till kunder utanför den egna kommunen.²⁷

Utgångspunkten för bolagen i kartläggningen är således att försäljningen ska ske inom den egna kommunen, om inte annat föreskrivs i speciallagstiftning.

Förbud mot att driva spekulativa företag

Av 2 kap. 7 § kommunallagen framgår att kommuner får driva näringsverksamhet, om den drivs utan vinstsyfte och går ut på att tillhandahålla allmännyttiga anläggningar eller tjänster åt medlemmarna i kommunen.

²⁶ Se RÅ 1938 ref. 19, RÅ 1974 A2082 och RÅ 1977 ref. 77.

²⁷ 7 kap. 2 § ellagen (1997:857).

Regeln speglar förhållandet att det finns sektorer inom näringslivet där kommuner som huvudregel inte får engagera sig. Enligt *Bohlin* görs "en klar åtskillnad mellan det privata näringslivet, där vinstintresset är förhärskande, och den kommunala affärsverksamheten, som skall uppbäras av ett allmänt, samhälleligt intresse."²⁸

Att verksamheten ska drivas utan vinstintresse innebär dock inte att vinst inte får förekomma utan att vinst inte får vara det *huvudsakliga* syftet.²⁹

Förbudet mot att driva spekulativa företag hänger även samman med förbudet att bedriva verksamhet som ankommer på annan.

För bolagen i kartläggningen innebär denna princip att de som huvudregel inte får gå med vinst samt sälja varor eller tjänster som ankommer på det egentliga näringslivet. På samma sätt som för lokaliseringsprincipen kan det dock förekomma undantag mot dessa förbud i speciallagstiftning.

Självkostnadsprincipen

Kommuner får inte ta ut högre priser än de som svarar mot kostnaderna för de tjänster eller nyttigheter som kommunen tillhandahåller, den så kallade självkostnaden.³⁰ Detta ger uttryck för självkostnadsprincipen. Syftet med principen är bland annat att hindra kommunen från att utnyttja den monopolsituation som ofta finns

²⁸ Bohlin (2007), s. 97.

²⁹ Zeteo, kommentar till 2 kap. 7 § kommunallagen.

³⁰ 8 kap. 3 c § kommunallagen.

vid avgiftsfinansierad kommunal verksamhet.³¹ Självkostnadsprincipen utgör ett tak för avgifterna.³²

I samband med att självkostnadsprincipen skrevs in i kommunalagen uttalades i förarbetena att principen som huvudregel också omfattar konkurrensutsatt verksamhet, om inte annat är särskilt föreskrivet eller accepterat enligt rättspraxis.³³

Kravet för att kommuner ska få driva näringsverksamhet är att denna drivs utan vinstsyfte och går ut på att tillhandahålla allmännyttiga anläggningar eller tjänster åt invånarna. Det ställs dock inte upp något absolut vinstförbud. Bedömningen av i vilken mån en kommunal verksamhet får generera överskott och hur detta får användas ligger i stället inom ramen för tillämpningen av självkostnadsprincipen.³⁴

Att ett kommunalt bolag ska tillämpa självkostnadsprincipen kan enligt praxis även utgöra en fördel gentemot privata företag då det innebär att andra, lägre avkastningskrav ställs på det kommunala bolaget.³⁵

Självkostnadsprincipen utgör en huvudregel och i speciallagstiftning finns det undantag från principen. Till exempel ska el, fjärrvärme, naturgas, vatten, tjänsteexport, bostadsförsörjning och kollektivtrafik prissättas på affärsmässig grund.³⁶

³¹ Prop. 2009/10:185, s. 46.

³² Hedelin (2013), s. 186.

³³ Prop. 1993/94:188, s. 84.

³⁴ Jfr prop. 1990/91:117, s. 34.

³⁵ Stockholms tingsrätts dom den 31 mars 2014 i mål T 911-12, s. 84 f.

³⁶ Se t.ex. 7 kap. 2 § ellagen och 5 kap. 2 § naturgaslagen (2005:403). Se även när det gäller de upphävda lagarna 4 § lagen (2001:151) om kommunal tjänsteexport och kommunalt

Vid en självkostnadsberäkning ska alla relevanta direkta och indirekta kostnader som verksamheten ger upphov till räknas med. Utöver att beakta externa kostnader och intäkter ska även alla relevanta interna eller kalkylerade poster tas med. Exempel på direkta kostnader är kostnader för personal, material, tjänster och försäkringar med mera. Exempel på indirekta kostnader är lokal-, kapital- och administrationskostnader. Vilka kostnader som är externa eller interna och direkta eller indirekta beror på hur verksamheten är organiserad och varierar från fall till fall.³⁷

Underskottsprincipen

Med stöd av underskottsprincipen kan kommunerna själva avgöra vilken eller vilka verksamheter som ska finansieras av skatter respektive avgifter och i hur stor utsträckning det ska göras. Den kommunalrättsliga utgångspunkten är att det kommunala medelsbehovet ska täckas genom skatter.³⁸ Detta kan medverka till bristande konkurrensneutralitet i de fall kommunala aktörer agerar i konkurrens med privata företag på den öppna marknaden.³⁹

Underskottsprincipen finns inte uttryckligen reglerad i kommunalagen utan följer indirekt av bestämmelsen i 8 kap. 3 b § som stadgar att kommuner får ta ut avgifter för tjänster och nyttigheter som

internationellt bistånd, 3 § lagen (2004:1225) om vissa kommunala befogenheter i fråga om sjuktransporter och 2 § lagen (2005:952) om vissa kommunala befogenheter i fråga om kollektivtrafik. Bestämmelserna är införda i lagen (2009:47) om vissa kommunala befogenheter.

³⁷ Prop. 1993/94:188, s. 85.

³⁸ Prop. 1993/94:188, s. 79.

³⁹ Indén (2009), s. 25.

de tillhandahåller. Detta innebär inte att de måste ta ut avgifter för dessa tjänster och nyttigheter⁴⁰

Det finns inget som hindrar att kommunen tar ut full kostnads-
täckning för en verksamhetsinriktning medan den tar ut lägre
kostnadstäckning för en annan verksamhetsinriktning, och täcker
underskottet i den senare med skattemedel.⁴¹

På samma sätt som med självkostnadsprincipen finns det undantag
i speciallagstiftning, till exempel när kommunerna bedriver sjuk-
transport för ett landsting.

⁴⁰ Indén (2009), s. 25.

⁴¹ Indén (2009), s. 25.

3 Resultatet av kartläggningen

I detta kapitel följer resultatet av kartläggningen. I det inledande avsnittet (3.1) sker en gemensam redovisning för samtliga bolag i kartläggningen. I kapitlen därefter (3.2–3.11) redovisas respektive bolagsgrupp på en detaljerad nivå. Strukturen och metoden för redovisningen framgår av bilaga 4 till rapporten.

3.1 Gemensamma uppgifter för samtliga bolag

Sammanlagt ingår 135 kommunala bolag i kartläggningen vilket motsvarar ca åtta procent av samtliga kommunala företag och 8,5 procent av samtliga kommunala aktiebolag i Sverige.

För bolagen i kartläggningen uppgick nettoomsättning för år 2013 till 13 377 miljoner kronor.⁴² Den totala omsättningen var fem procent högre än nettoomsättningen och låg på 14 055 miljoner kronor.⁴³ Bolagen har själva angett i enkäten att de har försäljningsintäkter av varor och tjänster⁴⁴ till ett värde av 13 248 miljoner kronor för år 2013, vilket nästan ligger i nivå med nettoomsättningen.⁴⁵

Ser man på trenderna för bolagens omsättning åren 2010–2013 kan man se att nettoomsättningen ökar med fem procent och hela omsättningen med sju procent över dessa fyra år. I förändringarna

⁴² Av Konkurrensverket bearbetad data från Infotorg.

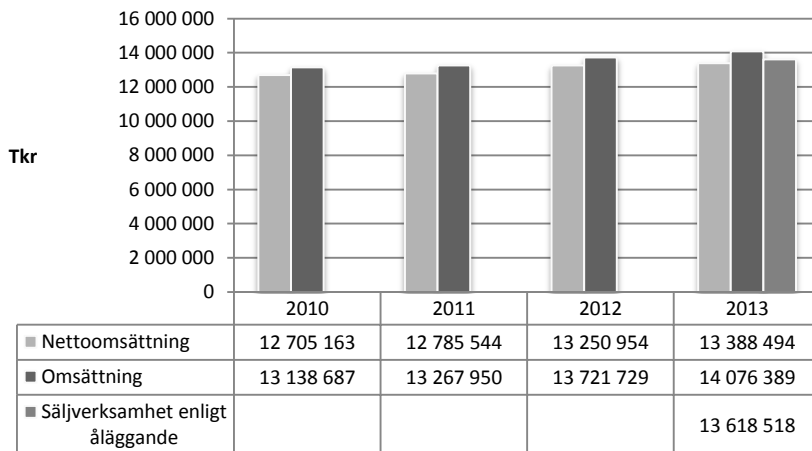
⁴³ Av Konkurrensverket bearbetad data från Infotorg.

⁴⁴ I begreppet försäljning ingår även bl.a. uthyrning av t.ex. bostäder eller lokaler.

⁴⁵ Av Konkurrensverket sammanställning av svaren i kartläggningen.

finns förutom ren ökning också några bolag som har tillkommit under perioden.

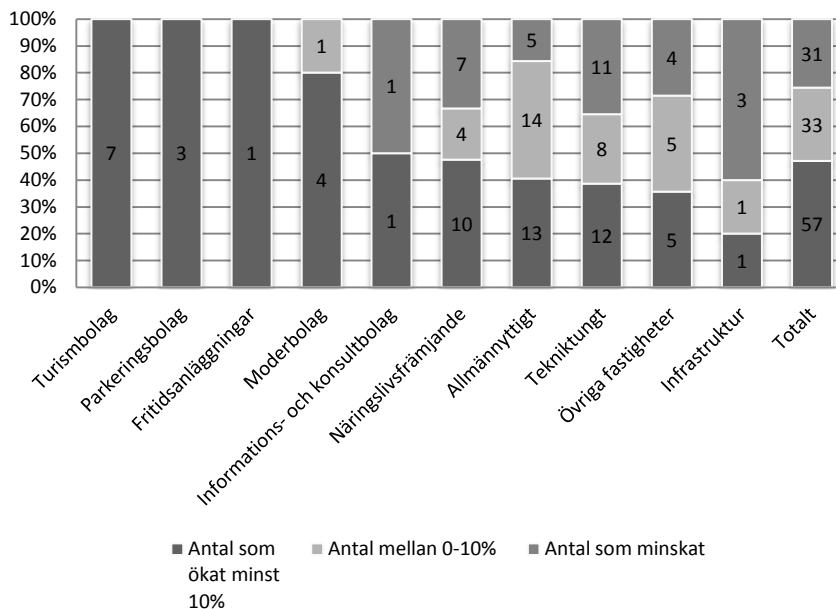
Figur 3.1.1 Utveckling av omsättning och nettoomsättning för samtliga bolag 2010–2013 samt försäljning enligt enkätsvar för år 2013 i miljoner kronor



Källa: Infotorg och Konkurrensverket

Sorterar man hur omsättningen utvecklats per bolagsgrupp framgår det att av samtliga turismbolag, parkeringsbolag och fritidsanläggningsbolag, som i sina bokslut redovisat en nettoomsättning för 2010, har omsättningen ökat med minst tio procent. Man kan också se att nästan hälften av det totala antalet bolag ökade omsättningen med minst tio procent. För företag inom infrastruktur är trenden en annan, där har mer än hälften av bolagen minskat sin nettoomsättning. Av diagrammet nedan framgår hur nettoomsättningen har utvecklats inom samtliga bolagsgrupper.

Figur 3.1.2 Utveckling av nettoomsättning per bolagsgrupp åren 2010–2013 grupperat i antal bolag som minskat, antal som ökat mellan 0–10 procent och antal som ökat minst tio procent



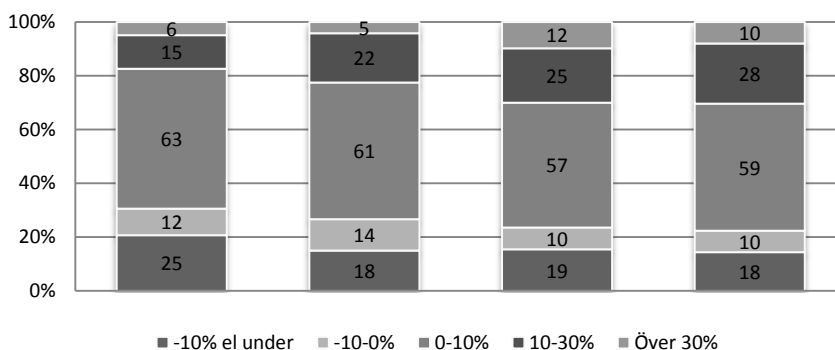
Källa: Infotorg

Bolagen i vår studie har en genomsnittlig nettomarginal på mellan fem och sju procent under åren 2010–2013.

Precis som för förändringarna i omsättning så finns det även för nettomarginalen stora variationer inom gruppen. År 2010 gick knappt var femte bolag plus med minst tio procent och något fler gick minus med minst tio procent.

Till år 2013 hade flera av bolagen förbättrat sin nettomarginal. De med relativt hög nettomarginal hade ökat i antal och de med en riktigt låg nettomarginal hade minskat. Den stora gruppen är dock, även om den minskar något mellan åren, den med en nettomarginal på mellan noll till tio procent. I detta intervall ligger ungefär hälften av bolagen.

Figur 3.1.3 Fördelning av bolag grupperat efter nivå på nettomarginal för åren 2010–2013⁴⁶



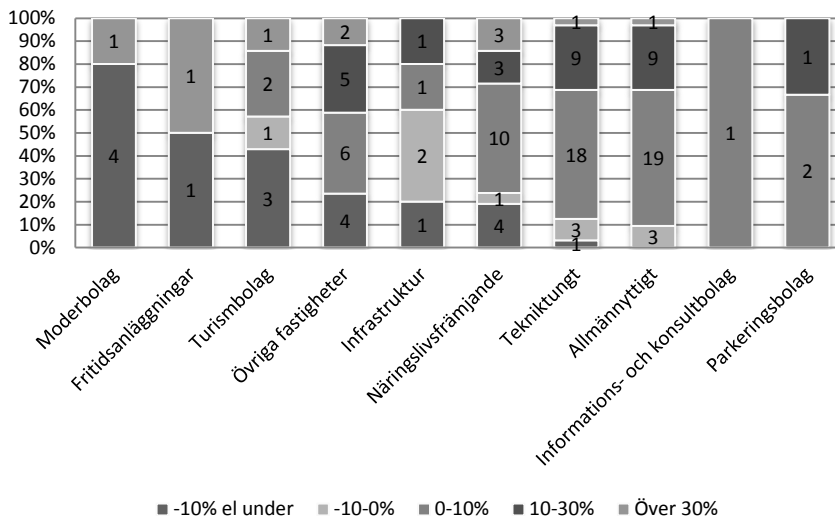
Källa: Infotorg.

Den grupp som har den största andelen bolag med en nettomarginal som är minus tio procent eller sämre är gruppen moderbolag följt av grupperna fritidsanläggningsbolagen och de turisminriktade bolagen. Även trafik- och infrastruktur har en stor andel bolag med negativ nettomarginal.

Det ser bättre ut för parkeringsbolagen samt den stora gruppen allmännyttiga bostadsbolag.

⁴⁶ I tabellen ingår 120–125 bolag beroende på år. Anledningen till att det inte är 135 bolag per år är att flera bolag saknar nettoomsättning. Flera bolag har dock kostnader. Det går därför inte att beräkna någon nettomarginal.

Figur 3.1.4 Fördelning av bolag grupperat efter bransch och nivå på nettomarginalen för år 2013



Källa: Infotorg.

Det är stor spridning i storlek mellan bolagen. De minsta bolagen har till Konkurrensverket rapporterat in försäljningsintäkter på drygt hundratusen kronor medan det största bolaget hade försäljningsintäkter på 1,3 miljarder kronor.

Fördelar man försäljningsintäkterna per bolagskategori framgår det att de tekniktunga bolagen samt allmännyttiga bostadsbolagen tillsammans står för över 10,5 miljarder för 2013. Bolagen i dessa två grupper utgör 50 procent av samtliga bolag i kartläggningen men står för över 80 procent av intäkterna.

Tabell 3.1.5 Bolagskategori, antal bolag och försäljningsintäkter (mkr)

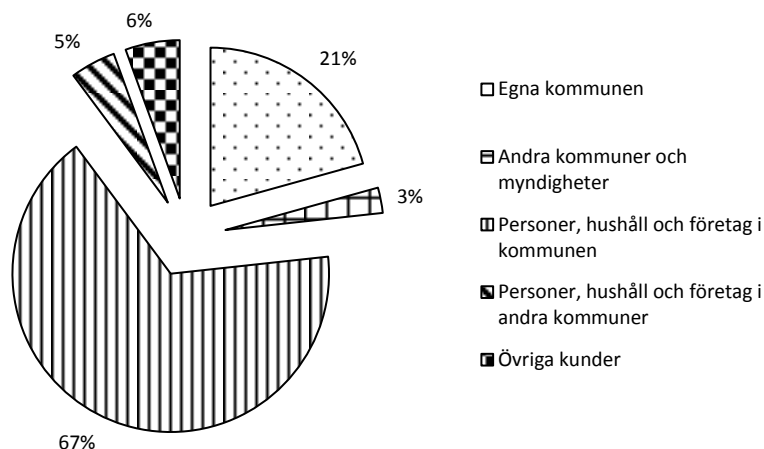
Bolagskategori	Antal bolag	Intäkter totalt (mkr)	Snittintäkt per bolag (mkr)
Tekniktunga bolag	33	5 321	161,2
Allmännyttiga bostadsbolag	32	5 342	166,9
Näringslivsfrämjande bolag	22	319	14,5
Övriga fastighetsbolag	18	1 699	94,3
Kommunala moderbolag	8	12	1,5
Turisminriktade bolag	8	134	16,8
Trafik- och infrastrukturbolag	6	286	47,7
Fritidsanläggningsbolag	3	24	8
Parkeringsbolag	3	110	36,7
Övriga bolag	2	1	0,5

Källa: Konkurrensverket

En del av kartläggningen är fokuserad på vem bolagen säljer sina varor och tjänster till. I enkäten fick bolagen därför kategorisera sin försäljning utifrån olika kundgrupper.

Fördelar man intäkterna per kundgrupperna i kartläggningen ser man att den största andelen, 8 817 miljoner kronor eller 66,6 procent, av försäljningen sker till privatpersoner och företag inom den egna kommunen. Försäljningen till den egna kommunen uppgår till 2 741 miljoner kronor vilket motsvarar 22 procent.

Figur 3.1.6 Fördelning av försäljningsintäkter för samtliga bolag efter kundgrupp



Försäljningsintäkter per kundgrupp	Mkr	Procent
Egna kommunen	2 741	21
Andra kommuner och myndigheter	343	3
Personer, hushåll och företag i kommunen	8 817	67
Personer, hushåll och företag i andra kommuner	613	5
Övriga kunder	735	6
Försäljning totalt	13 248	100

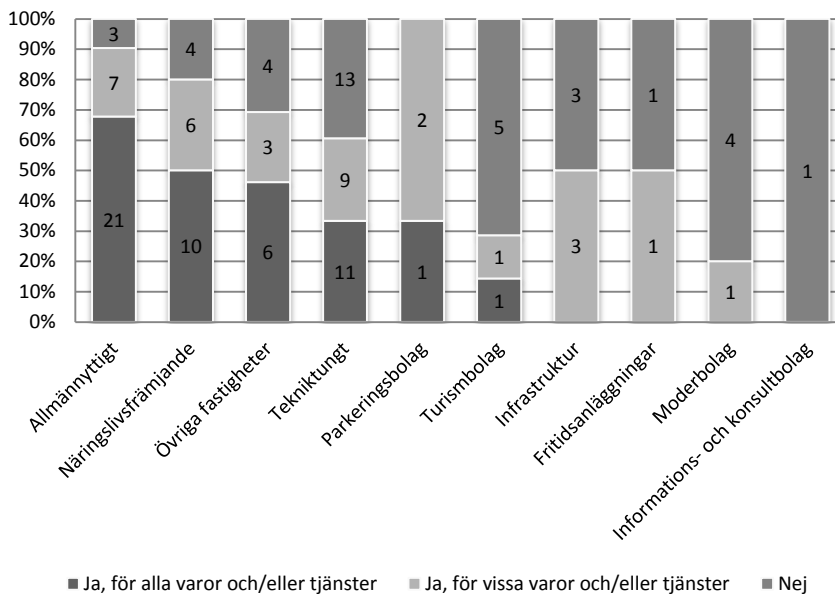
Källa: Konkurrensverket

Som angetts ovan fick bolagen besvara i vilken mån de anser sig möta konkurrens från privata företag. 61 procent av bolagen i kartläggningen har uppgett att de möter konkurrens från privata företag i sin försäljningsverksamhet. Andelen av bolagen som anser sig möta konkurrens från privata företag framgår av figuren nedan.

De bolag som har angett att de möter konkurrens från privata företag i någon mån har försäljningsintäkter på 11 873 miljoner kronor vilket motsvarar cirka 90 procent av de totala försäljningsintäkterna i kartläggningen. I denna summa ingår dock även försäljningsintäkter från bolag som möter konkurrens för vissa

varor eller tjänster. Försäljningsintäkterna från bolag som uppgett att de möter konkurrens från privata företag för *samtliga* varor eller tjänster uppgår till 6 191 miljoner kronor vilket motsvarar närmare 47 procent av samtliga försäljningsintäkter i kartläggningen.⁴⁷

Figur 3.1.7 Fördelning av bolag utifrån om de upplever konkurrens



Källa: Konkurrensverket

Bolagen fick även besvara en fråga om vilka prissättningsprinciper de tillämpar. När en kommun, eller ett kommunalt bolag, säljer en vara eller tjänst är utgångspunkten att prissättningen ska ske enligt självkostnadsprincipen. Som redogjorts ovan i avsnitt 2.2 finns dock undantag från tillämpningen av självkostnadsprincipen på en rad områden. I dessa fall tillämpas prissättning på affärsmässig grund.

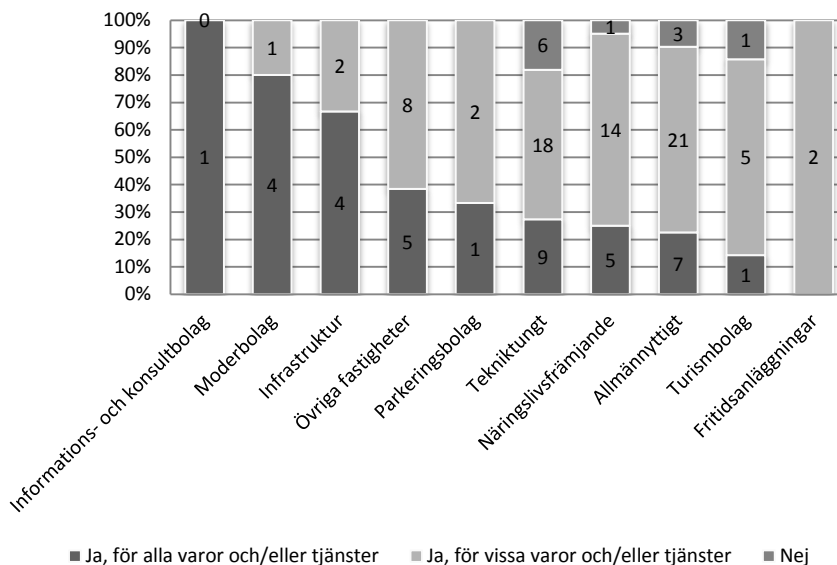
⁴⁷ En sammanställning av uppgifterna finns i tabellform längst bak i rapporten, se appendix 1.

Av de bolag som ingår i kartläggningen tillämpar endast en dryg fjärdedel självkostnadsprincipen vid prisberäkning av samtliga varor och tjänster, trots att den är utgångspunkten i kommunalagen. Åtta procent av bolagen tillämpar inte självkostnadsprinciper överhuvudtaget. Mer än hälften av bolagen tillämpar självkostnadsprincipen vid prissättning av vissa varor eller tjänster. Fördelningen framgår även av figuren nedan.

73 bolag uppgav att de tillämpade självkostnadsprincipen för vissa varor och tjänster. I de fall bolagen uppgav att de tillämpade självkostnadsprincipen vid prissättning av vissa varor eller tjänster bad vi bolagen att i fritext förklara prissättningen av dessa varor. 40 bolag har uppgett att de tillämpar någon form av affärsmässig eller marknadsmässig prissättning. Av dessa svar framgick det dock inte för vilka varor och tjänster självkostnadsprincipen tillämpas.⁴⁸ Överlag kan vi konstatera att förklaringarna inte var speciellt utförliga avseende vilka prissättningsprinciper som tillämpas för vilka varor. Möjligtvis beror detta på svarsblankettens utformning.

⁴⁸ En sammanställning av uppgifterna finns i tabellform längst bak i rapporten, se bilaga 5.

Figur 3.1.8 Fördelning av bolagen efter i vilken omfattning de tillämpar självkostnadsprincipen



Källa: Konkurrensverket

Av de bolag som möter konkurrens för *samtliga* varor eller tjänster tillämpar nio bolag självkostnadsprincipen vid prissättningen av *samtliga* varor eller tjänster. Försäljningsintäkterna från dessa bolag uppgår till 777 miljoner kronor.

Av de bolag som möter konkurrens för *samtliga* varor eller tjänster tillämpar 38 bolag självkostnadsprincipen vid prissättning av *vissa* varor eller tjänster. Försäljningsintäkterna för dessa 38 bolag uppgår till 5 940 miljoner kronor.

Av de bolag som möter konkurrens för *vissa* varor eller tjänster tillämpar åtta bolag självkostnadsprincipen vid prissättningen av

samtliga varor eller tjänster. Försäljningsintäkterna från dessa bolag uppgår till 590 miljoner kronor.

Av de bolag som möter konkurrens för *vissa* varor eller tjänster tillämpar 21 bolag självkostnadsprincipen vid prissättning av *vissa* varor eller tjänster. Försäljningsintäkterna för dessa 21 bolag uppgår till 4 388 miljoner kronor.

Sammanfattningsvis innebär det att försäljningsintäkter mellan 777 och 11 695 miljoner kronor sker till självkostnad av bolagen som möter konkurrens från privata företag.

I enkäten fick bolagen även svara på frågan om de lämnat anbud i offentliga upphandlingar. 15 bolag i kartläggningen har uppgett att de lämnat anbud i offentliga upphandlingar efter den 1 januari 2010. Tolv av dessa bolag hör till gruppen tekniktunga bolag. Övriga tre bolag fördelar sig på grupperna allmännyttiga bostadsbolag, turisminriktade bolag samt infrastrukturbolag.

Konkurrensverket har, som ovan angetts, på eget initiativ undersökt upphandlingsdata från Visma för att få en indikation på i vilken omfattning bolagen lämnar anbud samt om bolagens uppgifter stämmer.

I den upphandlingsdatabas Konkurrensverket har gjort sökningar i fann vi sju bolag som hade lämnat anbud i offentliga upphandlingar men som inte har lämnat in denna uppgift till Konkurrensverket. Aktuell upphandlingsdata är dock inte komplett, bland annat hittades endast 66 procent av de bolag som själva uppgett att de har lämnat anbud i upphandlingsdatabasen.

3.2 Tekniktunga bolag

Den största gruppen i kartläggningen till antalet bolag är den tekniktunga bolagsgruppen. Gruppen innehåller 33 bolag vars inriktning är av teknisk karaktär. Bolagens försäljningsintäkter uppgick till 5 321 miljoner kronor år 2013. Bolagen har verksamhetsinriktningar mot energi, avfall, vatten och avlopp (VA) samt IT och tv. Anledningen till att bolagen har grupperats i en gemensam grupp, i stället för att delas upp på flera grupper, är att bolagen i många fall ägnar sig åt fler verksamhetsinriktningar, till exempel avfall och VA, eller energi och IT. Vissa bolag ägnar sig endast åt en verksamhetsinriktning. 39 procent av bolagen ägnar sig dock åt två eller fler verksamhetsinriktningar, till exempel energi, avfall och VA eller IT och energi. Redovisningen av vilka varor som säljs och till vem kommer därför att ske både på en övergripande nivå samt per verksamhetsinriktning. I tabellen nedan framgår vilka verksamhetsinriktningar de tekniktunga bolagen ägnar sig åt.

Tabell 3.2.1 Tekniktunga bolag och verksamhetsinriktningar⁴⁹

Energi	Renhållning	IT och telekom	Övrigt	Antal bolag
x				12
		x		6
x		x		3
x	x			3
	x			3
x			x	2
x	x	x		1
x		x	x	1
x	x		x	1
			Summa	32

Källa: Konkurrensverket

⁴⁹ Ett bolag bedrev ingen försäljning år 2013 då det är i en uppstartsfas, bolaget finns därmed inte representerat i tabellen nedan.

Redovisningen av de tekniktunga bolagen kommer först att ske på ett övergripande plan i vilket samtliga bolag ingår. Därefter kommer redovisningen att ske på verksamhetsinriktningsnivå enligt följande indelning:

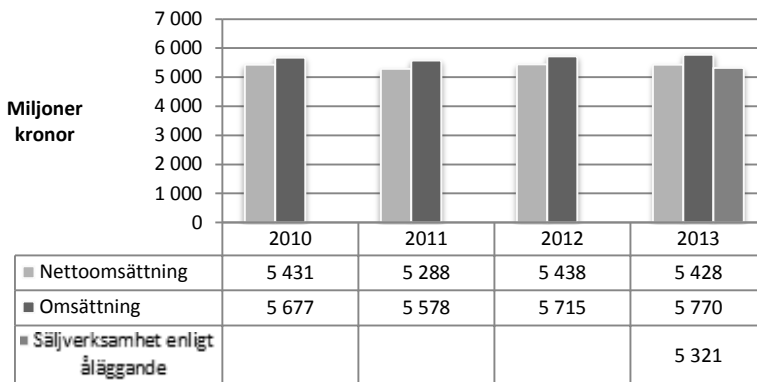
1. Energi
2. Renhållning
3. IT och telekom
4. Övrigt

Förutsättningarna för hur försäljningsverksamheten ska gå till skiljer sig åt beroende på verksamhetsinriktning. Vad det gäller till exempel elhandel har bolagen undantag från både självkostnadsprincipen och lokaliseringsprincipen. Vad som gäller för respektive verksamhetsinriktning kommer att redovisas i avsnitt 3.2.1–3.2.3.

Nettoomsättningen för de 33 bolagen i gruppen tekniktunga bolag har minskat något, medan den totala omsättningen har ökat något. Två bolag hade ingen nettoomsättning år 2010 och ett bolag hade ingen omsättning alls under perioden.

I gruppen tekniktunga bolag finns endast ett fåtal bolag med en nettoomsättning på under tio miljoner kronor. Hälften av bolagen ligger relativt jämnt utspridda i intervallet 10–100 miljoner kronor och nästan lika många är spridda i intervallet 100–900 miljoner kronor.

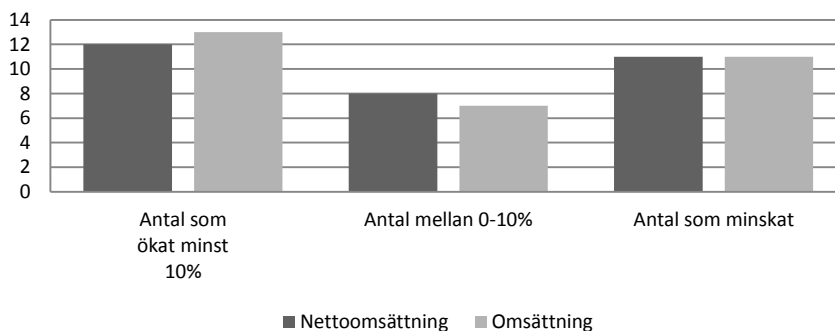
Figur 3.2.2 Utveckling av omsättning och nettoomsättning för gruppen tekniktunga bolag åren 2010–2013 samt försäljning enligt enkätsvar för år 2013 i miljoner kronor



Källa: Infotorg och Konkurrensverket.

Tolv bolag ökade sin nettoomsättning med mer än 10 procent, varav fyra med mer än 30 procent. Elva bolag minskade sin nettoomsättning.

Figur 3.2.3 Förändring av omsättning för tekniktunga bolag mellan åren 2010–2013

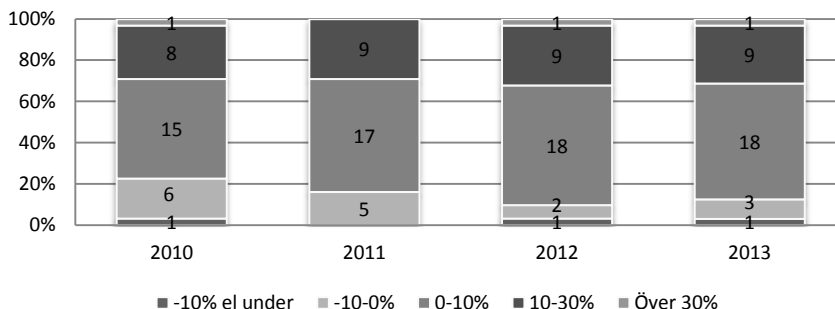


Källa: Infotorg

Nettomarginalen för gruppen tekniktunga bolag är mellan fyra och åtta procent. Ser man på resultatmättet resultat genom nettoomsättning så är det några procent lägre än nettomarginalen vilket bland annat beror på vinstdispositioner men också på att ungefär en tredjedel (2013) av bolagen har lämnat koncernbidrag. Några bolag har också tagit emot koncernbidrag.

En knapp tredjedel av de tekniktunga bolagen, tio bolag, har en nettomarginal på över tio procent. Cirka hälften av bolagen har en nettomarginal på 0–10 procent. Andelen bolag med negativ nettomarginal minskar från drygt 20 procent år 2010 till knappt 13 procent, vilket utgör fyra bolag, år 2013.

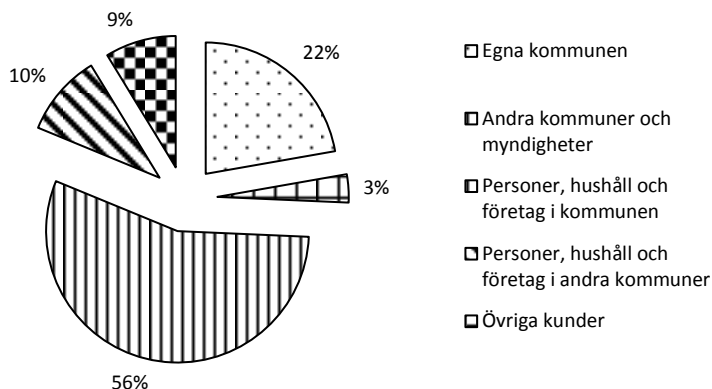
Figur 3.2.4 Fördelning av tekniktunga bolag efter nivå på nettomarginal för åren 2010–2013, grupperat i antal bolag som minskat, antal som ökat mellan 0–10 procent och antal som har ökat minst 10 procent



Källa: Infotorg

Ser man på hur bolagens försäljningsintäkter för år 2013 har fördelat sig per kundgrupp framgår det att personer, hushåll och företag i den egna kommunen är den största kundgruppen. Denna kundgrupp står för 2 985 miljoner kronor av försäljningen vilket motsvarar 56 procent. Den egna kommunen är den näst största kundkategorin med 1 183 miljoner kronor i försäljningsintäkter vilket motsvarar 22,2 procent.

Figur 3.2.5 Fördelning av försäljningsintäkter för tekniktunga bolag efter kundgrupp (mkr)

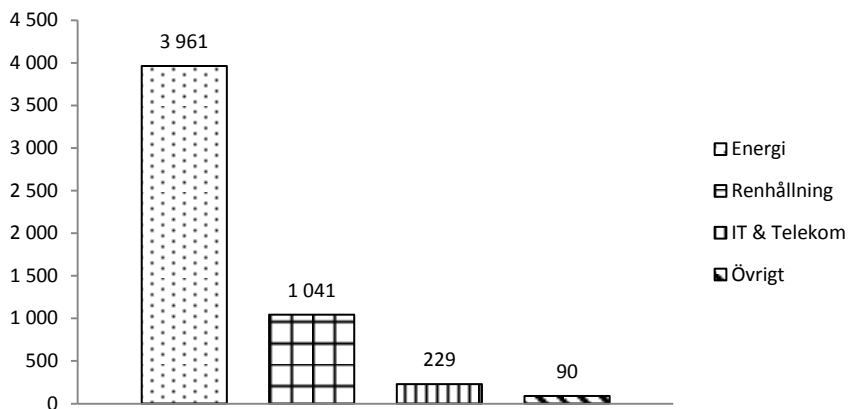


Försäljningsintäkter per kundgrupp	Mkr	Procent
Egna kommunen	1 184	22
Andra kommuner och myndigheter	184	3
Personer, hushåll och företag i kommunen	2 958	56
Personer, hushåll och företag i andra kommuner	538	10
Övriga kunder	457	9
Försäljning totalt	5 321	100

Källa: Konkurrensverket

Energi och el är den verksamhetsinriktning som de tekniktunga bolagen har de största försäljningsintäkterna från. Intäkterna från denna verksamhetsinriktning uppgick år 2013 till 3 961 miljoner kronor, vilket motsvarar 74 procent av de tekniktunga bolagens försäljningsintäkter. Intäkterna från verksamhetsinriktningen för renhållning uppgick år 2013 till 1 041 miljoner kronor motsvarande 20 procent. För IT och telekom uppgick försäljningsintäkterna till 229 miljoner kronor vilket motsvarar 4 procent. Försäljningsintäkten från övrig verksamhet, som inte gick att kategorisera in i de tre andra verksamhetsinriktningarna, uppgick till 90 miljoner kronor vilket motsvarar 2 procent.

Figur 3.2.6 Försäljningsintäkter för tekniktunga bolag efter verksamhetsinriktning (mkr)



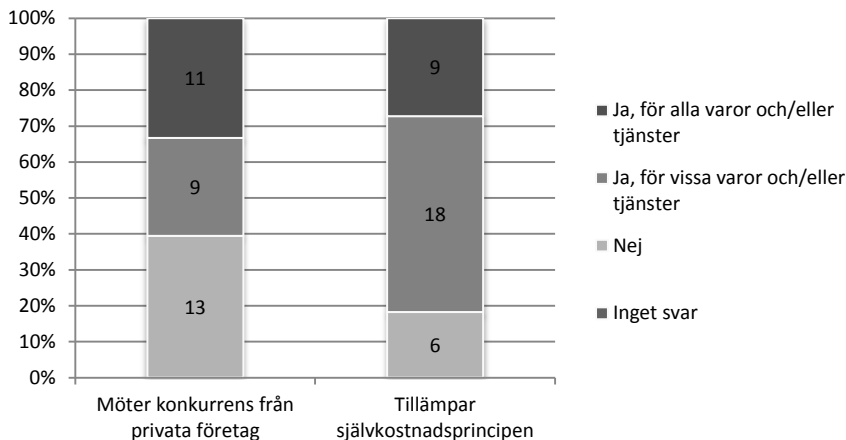
Försäljningsintäkter per verksamhetsinriktning	Mkr	Procent
Energi	3 961	74
Renhållning	1 041	20
IT & Telekom	229	4
Övrigt	90	2
Försäljning totalt	5 321	100

Källa: Konkurrensverket

33 procent av de tekniktunga bolagen anser sig möta konkurrens från privata företag för samtliga varor och tjänster som bolaget säljer. 27 procent möter konkurrens för vissa varor och tjänster och 39 procent av bolagen anser sig inte möta konkurrens från privata företag.

Vad gäller tillämpningen av självkostnadsprincipen uppger 18 procent av de tekniktunga bolagen att den inte tillämpas överhuvudtaget. 27 procent av bolagen tillämpar den vid prissättning av samtliga varor och tjänster, medan 55 procent tillämpar den i vissa fall.

Figur 3.2.7 I vilken omfattning de tekniktunga bolagen möter konkurrens samt tillämpar självkostnadsprincipen



Källa: Konkurrensverket

De tekniktunga bolagen är den grupp av bolag som i störst omfattning har uppgett att de lämnat anbud i offentliga upphandlingar. Tolv av de 15 bolag som har lämnat anbud hör till denna grupp. Anbudena har gällt upphandling av avfallsbehandlingstjänster, el, vägbelysning och svartfiberförberedelser. Det framgår att nio av de tolv bolagen har lämnat anbud i upphandlingar där den upphandlande myndigheten inte är del av den egna kommunkoncernen.

3.2.1 Energi

Den största delen av de tekniktunga bolagens försäljningsintäkter hör till verksamhetsinriktningen energi, vilken innefattar elhandel, elnätverksamhet, fjärrvärme och kyla, biogas, energitjänster samt diverse övriga tjänster.

Det kommunala engagemanget i energisektorn är i hög grad reglerat. Exempelvis är elhandeln reglerad i ellagen. För produktion och handel med el, samt sammanhängande verksamhet, gäller varken självkostnadsprincipen eller lokaliseringsprincipen. Affärsverksamheten och försäljningen ska ske på affärsmässig grund.⁵⁰ Som skäl till varför lokaliserings- och självkostnadsprincipen inte ska tillämpas har det anförts att konkurrensvillkoren för kommunala elföretag ska vara likvärdiga de som gäller för privata företag på elmarknaden.⁵¹

Vad gäller elnätsverksamheten får denna inte drivas i samma bolag som elhandeln. Prissättning av nätavgiften ska vara skälig och utformad på saklig grund.⁵² För nätverksamhet finns även undantag från lokaliseringsprincipen. Enligt ellagen ska nätverksamhet ske i geografisk närhet till kommunen.⁵³ Liknande bestämmelser finns för fjärrvärme och biogas.⁵⁴

Ser man på vilka kundgrupper försäljningen sker till framgår det att den största kundgruppen är personer, hushåll och företag i den egna kommunen. Denna kundgrupp står för 2 083 miljoner kronor, motsvarande 53 procent, av försäljningsintäkterna från verksamhetsinriktningen energi. Den egna kommunen är den näst största kundkategorin med 815 miljoner kronor vilket motsvarar 20 procent.

⁵⁰ 7 kap. 1–2 §§ ellagen.

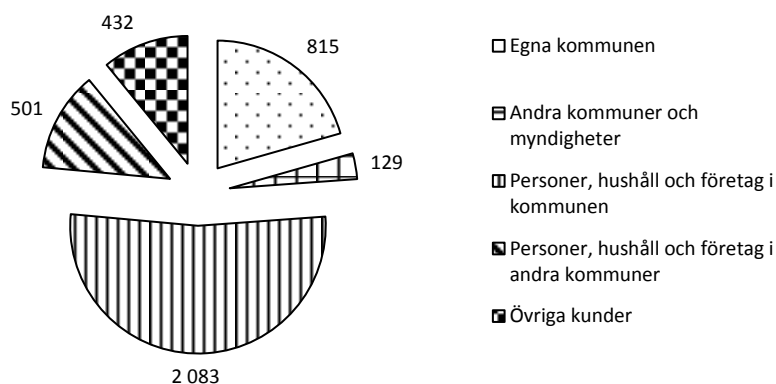
⁵¹ Prop. 1996/97:136, s. 72.

⁵² Zeteo, kommentar till kommunallagen.

⁵³ 7 kap. 1 § ellagen.

⁵⁴ 38–39 §§ fjärrvärmelagen.(2008:263) och 5 kap. 1–2 §§ naturgaslagen (2005:403).

Figur 3.2.8 Fördelning av energiverksamhetens försäljningsintäkter efter kundgrupp

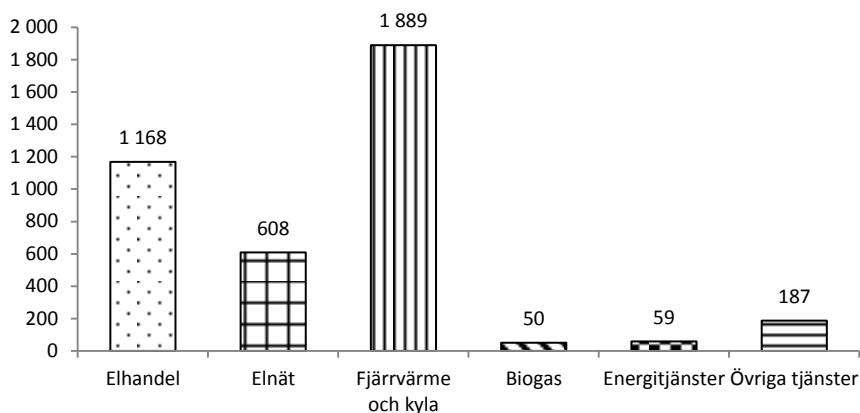


Försäljningsintäkter per kundgrupp	Mkr	Procent
Egna kommunen	815	20
Andra kommuner och myndigheter	129	3
Personer, hushåll och företag i kommunen	2 083	53
Personer, hushåll och företag i andra kommuner	501	13
Övriga kunder	432	11
Försäljning totalt	3 961	100

Källa: Konkurrensverket

Försäljningsintäkterna från verksamhetsinriktningen energi uppgick till 3 961 miljoner kronor för 2013. Fjärrvärme och fjärrkyla stod för 1 889 miljoner kronor av försäljningsintäkterna, vilket motsvarar 48 procent. Elhandel stod för 1 064 miljoner kronor av försäljningsintäkterna vilket motsvarade 29 procent. Därutöver utgör elnätsverksamheten en relativt stor andel med 15 procent av försäljningsintäkterna vilket motsvarar 608 miljoner kronor. Verksamhetsinriktningarna biogas, energitjänster och övriga tjänster stod för övriga försäljningsintäkter. De resterande tjänsterna består bland annat av försäljning av elcertifikat, utsläppsrätter och specificerad internhandel mellan bolagen i en koncern.

Figur 3.2.9 Fördelning av energiverksamhetens försäljningsintäkter efter vara och/eller tjänst (mkr)



Försäljningsintäkter per vara/tjänst	Mkr	Procent
Elhandel	1 168	29
Elnät	608	15
Fjärrvärme och -kyla	1 889	48
Biogas	50	1
Energitjänster	59	1
Övriga tjänster	187	5
Försäljning totalt	3 961	100

Källa: Konkurrensverket

Försäljningen av fjärrvärme, fjärrkyla och elnät uppgår till 2 497 miljoner kronor och sker i nät där kommunen har legalt monopol. Ungefär två tredjedelar av försäljningsintäkterna från energiverksamheten är därmed inte utsatt för konkurrens.

3.2.2 Renhållning

Renhållningen hör till kommunernas ordinarie uppgifter. I renhållningsansvaret ingår insamlingen av hushållsavfallet samt ansvar för slamtömning. Kommunerna har även ansvar för det kommunala VA-nätet. Bolagen som ägnar sig åt renhållning har

även mer interkommunala uppdrag, t.ex. att sopa gator och torg. I den här kategorin redovisas renhållning, avfallshantering och VA-tjänster tillsammans.

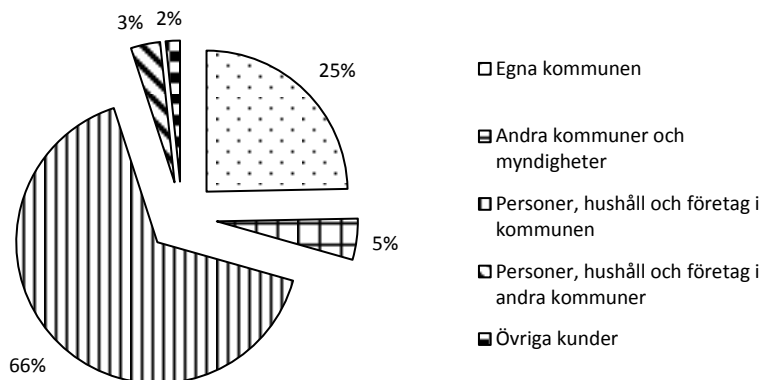
Prissättningen av avfallsinsamlingen regleras i den lokala avfallstaxan. Likställighetsprincipen gäller för avfallstaxan vilket innebär att samma avgift ska tas ut för samma tjänst oavsett kund. Självkostnadsprincipen är utgångspunkten för beräkningen av avfallstaxan. Detta regleras i 17 kapitlet miljöbalken (1998:808).

Prissättningen av VA-tjänster sker med utgångspunkt i lagen (2006:412) om allmänna vattentjänster. Enligt 30 § får avgifterna inte överskrida det som behövs för att täcka de kostnader som är nödvändiga för att ordna och driva en VA-anläggning, vilket betyder att självkostnadsprincipen ska tillämpas.

I 57 § lagen om allmänna vattentjänster finns dock ett undantag som medger en kommun kompetens att på affärsmässiga grunder sköta driften av VA-anläggningar i andra kommuner. I sådana fall ska denna del av verksamheten särredovisas.

Försäljningsintäkterna för verksamhetsinriktningen renhållning uppgick till 1 041 miljoner kronor för 2013. Privatpersoner, hushåll och företag i den egna kommunen utgör den största kundkategorin. Den framgår även att den finns viss försäljning till privatpersoner, hushåll och företag i andra kommuner.

Figur 3.2.10 Fördelning av renhållningsverksamhetens försäljningsintäkter per kundgrupp



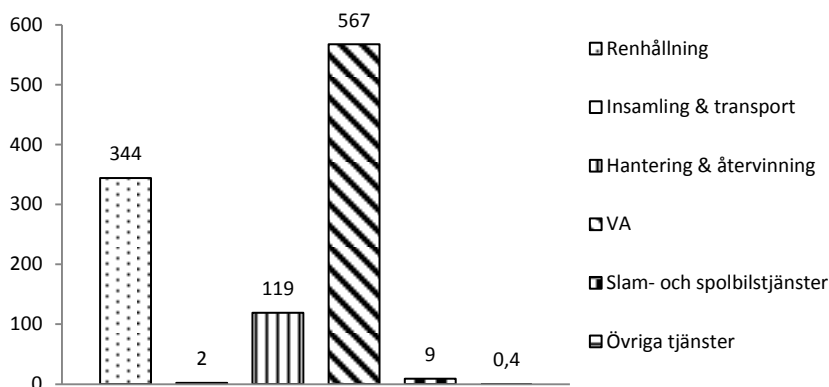
Försäljningsintäkter per kundgrupp	Mkr	Procent
Egna kommunen	257	25
Andra kommuner och myndigheter	49	5
Personer, hushåll och företag i kommunen	683	66
Personer, hushåll och företag i andra kommuner	35	3
Övriga kunder	17	2
Försäljning totalt	1 041	100

Källa: Konkurrensverket

Den största delen av intäkterna kommer från VA-verksamhet, det vill säga det kommunala vatten- och avloppssystemet. 567 miljoner kronor vilket motsvarar över 50 procent av försäljningsintäkterna kommer härifrån. Renhållning utgör den näst största intäktsgrenen med 344 miljoner kronor vilket motsvarar 33 procent. I tjänsten renhållning ingår både insamling och bearbetning av avfall samt viss gatuvård. Den särredovisade hanteringen av avfall uppgick till 119 miljoner kronor vilket motsvarar 11 procent. I denna kategori ingår bland annat försäljning av returträ, metallskrot och behandlingsavgifter för avfall. Två bolag särredovisade dessutom insamlings- och transporttjänster på 1,8 miljoner kronor. Det förekommer även försäljningsintäkter från slam- och spolbilsverksamhet. Uppgifterna

för renhållningskategorin var i regel inte redovisade lika precist som för energiverksamheten.

Figur 3.2.11 Renhållningsverksamhetens försäljningsintäkter per vara och tjänst (mkr)



Försäljningsintäkter per vara/tjänst	Mkr	Procent
Renhållning	344	33
Insamling och transport	2	0
Hantering och återvinning	119	11
Vatten och avlopp	567	54
Slam- och spolbilstjänster	9	1
Övriga tjänster	0,4	0
Försäljning totalt	1 041	100

Källa: Konkurrensverket

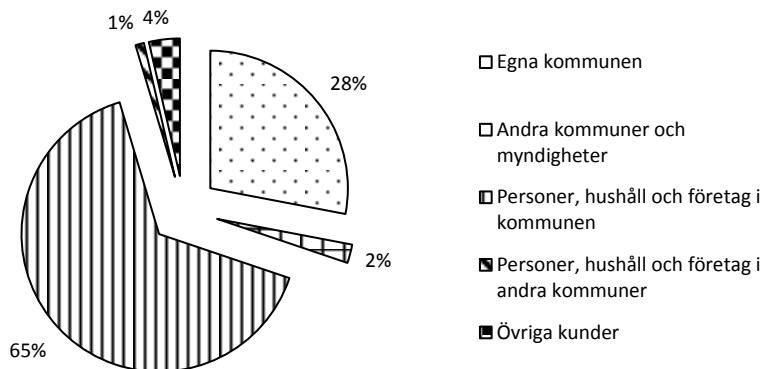
3.2.3 IT och telekom

Kommuner ska, som företrädare för allmänna samhällsintressen, i översikts- och detaljplanarbetet beakta behoven av utbyggnad av bredbandskommunikation i kommunerna. Svensk bredbandspolitik baseras på att marknaden i första hand ska tillgodose behovet av bredband och att kommunala aktörer först träder in när kommers-

iella marknadsförutsättningar inte finns.⁵⁵ För bredband och IT-verksamheten finns inget särreglerat undantag från de grundläggande kommunalrättsliga principerna.

Knappt två tredjedelar av försäljningsintäkterna för verksamhetsinriktningen IT kommer från privatpersoner, hushåll och företag i den egna kommunen. Därutöver är den egna kommunen en stor kund och står för omkring en tredjedel av försäljningsintäkterna.

Figur 3.2.12 IT- och telekomverksamhetens försäljningsintäkter efter kundgrupp



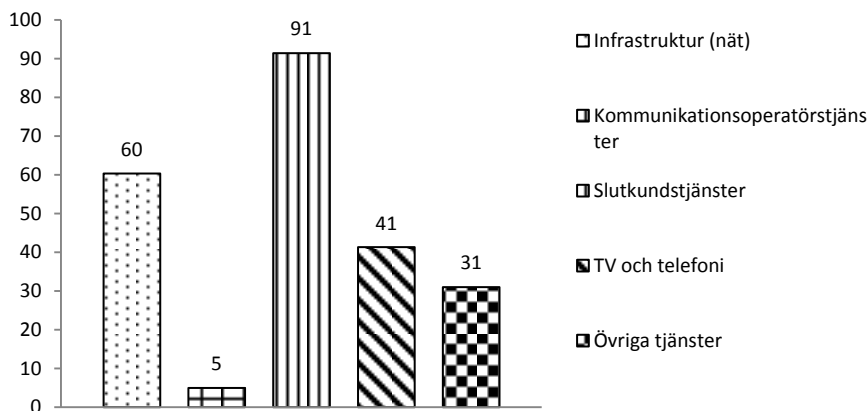
Försäljningsintäkter per kundgrupp	Mkr	Procent
Egna kommunen	64	28
Andra kommuner och myndigheter	5	2
Personer, hushåll och företag i kommunen	149	65
Personer, hushåll och företag i andra kommuner	2	1
Övriga kunder	8	4
Försäljning totalt	229	100

Källa: Konkurrensverket

⁵⁵ Konkurrensverket, Kommunikationsmyndigheten PTS och Sveriges Kommuner och Landsting (2010) s. 4 ff.

Ser man på hur försäljningsintäkterna fördelar sig per tjänst kan man se att vad som förefaller vara slutkundstjänster står för närmare hälften av försäljningsintäkterna. Närmare en tredjedel av försäljningsintäkterna hör till infrastrukturtjänster.

Figur 3.2.13 Fördelning av IT- och telekomverksamhetens försäljningsintäkter efter vara och tjänst (mkr)



Försäljningsintäkter per vara/tjänst	Mkr	Procent
Infrastruktur (nät)	60	26
Kommunikationsoperatörstjänster	5	2
Slutkundstjänster	91	40
TV och telefoni	41	18
Övriga tjänster	31	14
Försäljning totalt	229	100

Källa: Konkurrensverket

De tekniktunga bolagen bedriver även viss försäljning som inte kan redovisas under varken energi, renhållning eller IT och telekom. Denna försäljning uppgår till 90 miljoner kronor. I denna kategori ingår bland annat samredovisade taxor för fjärrvärme, vatten och renhållning samt samförläggning av fjärrvärme och fiber.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att de tekniktunga bolagen skiljer sig åt avseende med vilken verksamhetsinriktning

och vilka kombinationer av verksamhetsinriktningar de ägnar sig åt.

Bolagen går som helhet förhållandevis bra och ungefär en tredjedel har en nettomarginal på över tio procent. Endast fyra av bolagen har en negativ nettomarginal. Bolagen förefaller dock inte växa i någon större utsträckning. Nettoomsättningen har minskat något, om än marginellt, mellan 2010–2013.

Över 60 procent av bolagen upplever att de möter konkurrens i någon mån. Konkurrensförhållandena skiljer sig åt beroende på vilken verksamhetsinriktning det rör sig om. För vissa tjänster ska självkostnadsprincipen tillämpas medan prisberäkningen i andra fall ska ske på annan grund.

Vilka geografiska marknader bolagen får bedriva sin verksamhet på skiljer sig också åt. Till exempel verkar elnätsbolagen på en monopolmarknad och fjärrvärmeförsäljningen sker även den på en monopolmarknad. Elhandel kan dock ske till vilken del av landet som helst. Vad gäller exempelvis insamling av hushållsavfall är det den egna kommungränsen som är utgångspunkten.

Vad gäller tillämpningen av självkostnadsprincipen är det endast knappt 20 procent, sex bolag, som inte tillämpar den överhuvudtaget. Denna siffra kan tyckas något hög mot bakgrund av att så pass stor andel av de tekniktunga bolagens försäljning ska ske på affärsmässig grund. Bolagen säljer dock i många fall flera olika varor och tjänster för vilka olika prissättningsprinciper tillämpas. Detta kan vara en möjlig förklaringsfaktor.

De tekniktunga bolagen är i många fall stora och har samtidigt ett brett tjänsteutbud. I vissa fall säljer bolagen tilläggstjänster som även kan erbjudas av små privata företag, till exempel elinstalla-

tionstjänster. I dessa fall är det särskilt viktigt att en korrekt prissättning tillämpas för att inte riskera att tränga ut de mindre privata aktörerna.

3.3 Allmännyttiga bostadsbolag

Bolagen i gruppen allmännyttiga bostadsbolag har ett uttalat allmännyttigt bostadsförsörjande syfte. Bolagen ägnar sig till största delen åt bostadsuthyrning, men det förekommer även att bolagen bedriver annan försäljningsverksamhet som till exempel lokaluthyrning.

Det kommunala engagemanget på bostadsmarknaden kommer från att kommunerna har det övergripande ansvaret för bostadsförsörjningen i kommunen. Det är i regel genom allmännyttiga bostadsbolag som kommunerna ser till att detta ansvar uppfylls. De allmännyttiga bostadsbolagen ska enligt 2 § lagen (2010:879) om allmännyttiga kommunala bostadsaktiebolag bedrivas enligt affärsmässiga principer. Bestämmelsen utgör ett undantag från självkostnadsprincipen och förbudet mot att driva företag i vinstsyfte i kommunallagen.

Av förarbetena till bestämmelsen framgår att de kommunala allmännyttiga bostadsbolagen, till skillnad från andra kommunalt ägda företag som bedriver sin verksamhet på affärsmässig grund, är skyldiga att iaktta vissa värdeöverföringsregler samt statsstödsreglerna för bolagen. De kommunala bolagen ska verka som normala och långsiktiga aktörer och inte ta del av några villkor som gynnar dem ekonomiskt i förhållande till privata bostadsbolag.⁵⁶ En av anledningarna till att bolagen ska drivas på affärsmässig grund

⁵⁶ Prop. 2009/10:185, s. 84 f.

och att självkostnadsprincipen inte ska tillämpas är att bolagen verkar på konkurrensutsatta marknader och inte ska agera konkurrenssnedvridande.⁵⁷

De allmännyttiga bostadsbolagen omfattas av lokaliseringsprincipen och kan därför inte bedriva verksamhet i andra kommuner än den egna ägarkommunen.⁵⁸

Prissättningen för de allmännyttiga bostadsbolagen påverkas även av att hyresmarknaden och hyressättningen är reglerad, och den kan bland annat påverkas vid hyresförhandlingar mellan en hyresvärd och en hyresgästorganisation.⁵⁹ De allmännyttiga kommunala bostadsbolagen i kartläggningen bestämmer i regel hyran efter förhandlingar med Hyresgästföreningen.

Flera av bostadsbolagen tillhandahåller även lokaler. Vad gäller lokaler får kommuner enligt 3 kap. 6 § befogenhetslagen tillgodose små företags behov av lokaler i kommunen under förutsättning att verksamheten inriktas mot företagarkollektivet som helhet. Prissättningen vid lokaluthyrning ska enligt 1 kap. 3 § befogenhetslagen ske på affärsmässiga grunder.⁶⁰

De allmännyttiga bostadsbolagen i kartläggningen skiljer sig mycket åt i storlek, från det allra minsta med en omsättning på knappt två miljoner kronor till det största med en omsättning på drygt 900 miljoner kronor år 2013. Nettoomsättningen för de 32 allmännyttiga bostadsbolagen ökade med totalt nio procent mellan

⁵⁷ Jfr. prop. 2009/10:185, s. 46.

⁵⁸ Prop. 2009/10:185, s. 45.

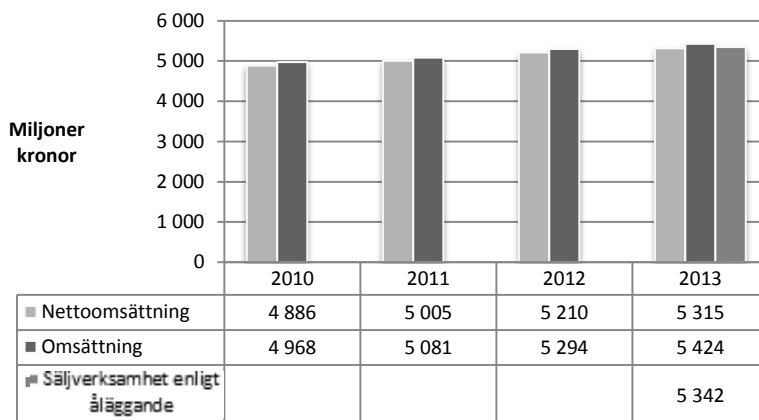
⁵⁹ Prop. 2009/10:185, s. 22.

⁶⁰ Prop. 2008/09:21, s. 93 f.

2010 och 2013. I kronor innebär det en ökning från 4,9 till 5,3 miljarder.

Försäljningintäkterna för 2013 som bolagen rapporterat in till Konkurrensverket ligger storleksmässigt mellan den nettoomsättning och total omsättning som har redovisats i boksluten.

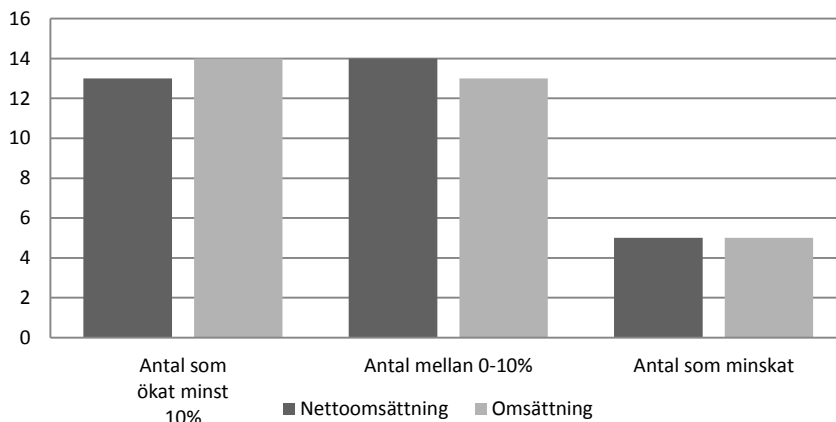
Figur 3.3.1 Utveckling av omsättning och nettoomsättning för allmännyttiga bostadsbolag åren 2010–2013 samt försäljningsintäkter för år 2013 (mkr)



Källa: Infotorg och Konkurrensverket

Hur omsättningen har förändrats skiljer sig dock mellan bolagen i kartläggningen. 13 bolag ökade sin nettoomsättning med mer än tio procent medan fem bolag i stället hade en minskad nettoomsättning.

Figur 3.3.2 Förändring av omsättning för allmännyttiga bostadsbolag mellan åren 2010–2013 grupperat i antal bolag som minskat, antal som ökat mellan 0–10 procent och antal som ökat minst 10 procent

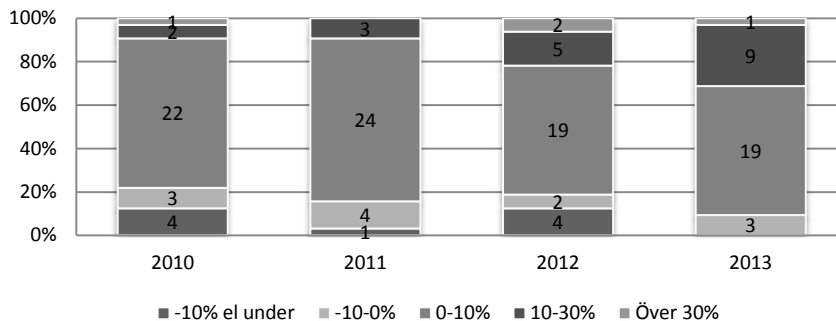


Källa: Infotorg

Nettomarginalerna har totalt sett ökat för de allmännyttiga bostadsbolagen och fler bolag har fått högre nettomarginal. Den genomsnittliga nettomarginalen hos de allmännyttiga bostadsbolagen ligger för år 2013 på i snitt tio procent vilket är en ökning med drygt två procent sedan år 2010.

Ser man på hur nettomarginalen har utvecklats individuellt för de allmännyttiga bostadsbolagen kan man se att andelen med negativ nettomarginal har halverats till en knapp tiondel av bolagen. Andelen med en nettomarginal över tio procent har tredubblats med en ökning från knappt vart tionde bolag under år 2010 till över 30 procent av bolagen under år 2013.

Figur 3.3.3 Fördelning av allmännyttiga bolag grupperat efter nivå på nettomarginal för åren 2010–2013

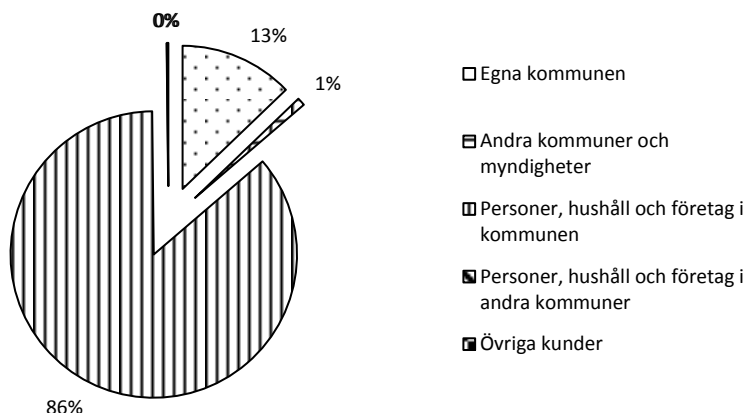


Källa: Infotorg

Försäljningsintäkterna som de 32 allmännyttiga bolagen rapporterade in till Konkurrensverket uppgick som ovan nämnts till 5 341 miljoner kronor 2013.

Ser man på till vem de allmännyttiga bolagen säljer sina tjänster framgår det att privatpersoner och företag i den egna kommunen är de största kundgrupperna. Dessa två grupper står för motsvarande 99 procent av försäljningsintäkterna. Försäljningen till privatpersoner och företag uppgår till 4 599 miljoner kronor och försäljningen till den egna kommunen uppgår till 685 miljoner kronor.

Figur 3.3.4 Fördelning av försäljningsintäkter för allmännyttiga bostadsbolag efter kundgrupp



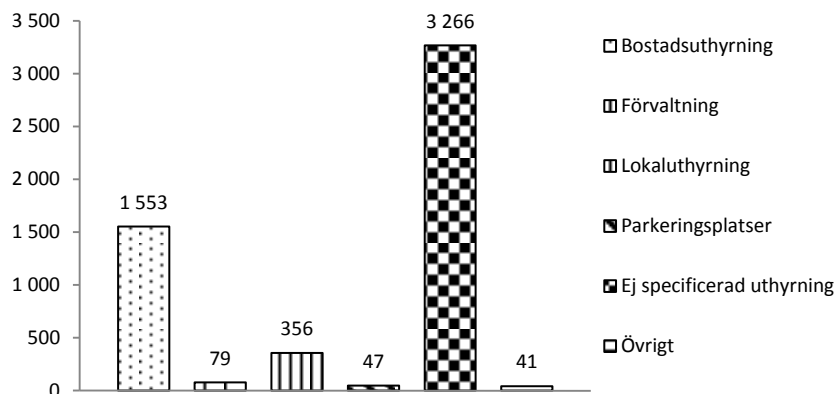
Försäljningsintäkter per kundgrupp	Mkr	Procent
Egna kommunen	685	13
Andra kommuner och myndigheter	48	1
Personer, hushåll och företag i kommunen	4 599	86
Personer, hushåll och företag i andra kommuner	0	0
Övriga kunder	9	0
Försäljning totalt	5 342	100

Källa: Konkurrensverket

Mer än 95 procent, eller 5 171 miljoner kronor, av försäljningsintäkterna utgörs av uthyrning. Bolagen har i många fall inte specificerat vilken typ av uthyrning det är fråga om. Den största intäktsposten blir därmed ej specificerad uthyrning med 3 266 miljoner kronor, följt av särredovisad bostadsuthyrning på 1 553 miljoner kronor och särredovisad lokaluthyrning med 356 miljoner kronor. Den ej specificerade uthyrningen utgörs sannolikt i huvudsak av bostadsuthyrning men kan även innehålla exempelvis uthyrning av lokaler och parkeringsplatser. I gruppen övriga tjänster, som uppgår till drygt 40 miljoner kronor, ingår en del kringtjänster till boende som inte ingår i hyran. Exempel på tjänster bolagen har angett är ersättning för borttappade nycklar, hjälp med uppsättning

av hyllor, fastighets- och inventarieförsäljning, konsulttjänster och el.

Figur 3.3.5 Försäljningsintäkter för allmännyttiga bostadsbolag fördelat per tjänst (mkr)



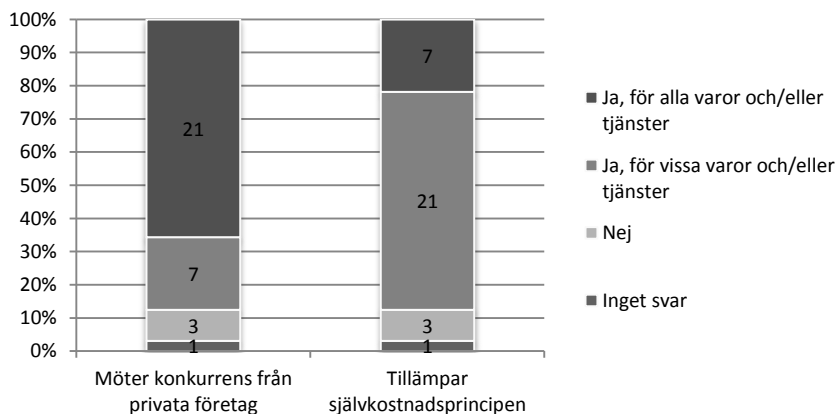
Försäljningsintäkter per vara/tjänst	Mkr	Procent
Bostadsuthyrning	1 553	29
Förvaltning	79	1
Lokaluthyrning	356	7
Parkeringsplatser	47	1
Ej specificerad uthyrning	3 266	61
Övrigt	41	1
Försäljning totalt	5 342	100

Källa: Konkurrensverket

66 procent av de allmännyttiga bostadsbolagen anser att de möter konkurrens från privata företag för samtliga varor och tjänster som bolagen säljer. 22 procent av bolagen möter konkurrens från privata företag för vissa varor och tjänster. Nio procent av bolagen anser sig inte möta konkurrens från privata företag, vilket kan tyda på en avsaknad av privata hyresvärdar i de aktuella kommunerna eller en låg kännedom om de privata aktörerna på den aktuella marknaden.

De allmännyttiga bostadsbolagen ska prissätta bostadsuthyrningen på affärsmässig grund med beaktande av hyresförhandlingarna. Prissättning på affärsmässig grund gäller även vid lokaluthyrning. 22 procent av bolagen tillämpar inte självkostnadsprincipen vid prissättning och det får därmed förutsättas att prissättningen sker på affärsmässig grund. Detta får stöd i de fritextsvar om prissättning som flera allmännyttiga bostadsbolag har lämnat. 66 procent av bolagen tillämpar självkostnadsprincipen i vissa fall. Nio procent, eller tre stycken, av bolagen har uppgett att de tillämpar självkostnadsprincipen vid prissättning av samtliga varor och tjänster som bolaget säljer. Denna siffra är överraskande eftersom bolagen ska bedriva verksamhet på affärsmässig grund.

Figur 3.3.6 I vilken omfattning de allmännyttiga bostadsbolagen möter konkurrens samt tillämpar självkostnadsprincipen



Källa: Konkurrensverket

Ett allmännyttigt bolag har uppgett att det har lämnat anbud i en offentlig upphandling efter den 1 januari 2010. Den upphandlande

myndigheten var bolagets ägarkommun och upphandlingen avsåg ombyggnation av ett bostadshus till ett trapphusboende.⁶¹

Sammanfattningsvis är de allmännyttiga bostadsbolagen den bolagskategori som i högst grad möter konkurrens från privata företag för alla varor och tjänster (66 procent). Andelen som varken tillämpar självkostnadsprincipen eller möter konkurrens är låg. Mer än var femte bolag tillämpar självkostnadsprincipen vid prissättningen av alla varor och tjänster. Denna siffra är något överraskande mot bakgrund av att de allmännyttiga bolagen ska drivas på affärsmässig grund och inte tillämpa självkostnadsprincipen.

Att privatpersoner och företag, samt den egna kommunen, i princip står för alla försäljningsintäkter är mindre överraskande mot bakgrund av bolagens uppdrag. Däremot bör det påpekas att en stor del av hyresintäkterna inte särredovisades, till exempel som bostadsuthyrning eller lokaluthyrning. Om detta beror på bristande redovisningssystem eller om bolagen i dessa fall enbart har en typ av uthyrning framgår inte av det underlag bolagen lämnat in.

Den allmännyttiga bolagsgruppen växer som helhet. Närmare 40 procent av bolagen har åren 2010–2013 dessutom växt med mer än tio procent. En stor majoritet har en positiv nettomarginal. Detta får anses ligga i linje med att bolagen ska drivas på affärsmässig grund, även om det är svårt att dra några säkerställda slutsatser då det inte har gjorts några jämförelser med privata bostadsbolag i de aktuella kommunerna. Nettomarginalerna är minus tio procent eller sämre för drygt var tionde bolag. Orsakerna till detta har dock inte undersökts inom ramen för kartläggningen.

⁶¹ Ett trapphusboende är ett boende för vuxna med funktionsnedsättning som har behov av stöd i sin dagliga livsföring.

3.4 Näringslivsfrämjande bolag

13 kommuner i kartläggningen har ett eller flera bolag vars uttalade syfte är att främja det lokala näringslivet. Totalt rör det sig om 22 bolag som har ett näringslivsfrämjande syfte. Den största delen av försäljningsverksamheten utgörs av lokaluthyrning.

Bestämmelserna om kommunalt näringslivsengagemang finns i 2 kap. 7-8 §§ kommunallagen. Bestämmelserna bygger på rättspraxis och kodifierades i samband med kommunallagsreformen 1991.

Genom regleringarna slogs det bland annat fast att det är staten som har det övergripande näringspolitiska ansvaret för näringspolitiken och det är staten som, vid behov och om det är lämpligt, kan påverka var näringslivet bedriver näringslivsverksamhet. Kommuner får inte ge direkt eller indirekt stöd till enskilda företag i syfte att påverka företagens lokalisering och utveckling.⁶²

Till åtgärder som anses allmänt främja näringslivet i kommunen hör bland annat markupplåtelse och kommunalteknisk service till företagen, åtgärder för att tillgodose näringslivets behov av lokaler, engagemang i utställningar och mässor samt annan kollektiv marknadsföring. Som tillåtet allmäninriktat stöd har också sponsring av lokala idrottsevenemang som drar omvärldens uppmärksamhet till kommunen tillåtits.⁶³ De näringslivsfrämjande insatserna ska som huvudregel inriktas mot företagarkollektivet som helhet.⁶⁴

⁶² Kommentar till 2 kap. 7-8 §§ Särskilt om kommunal verksamhet, Zeteo.

⁶³ Kommentar till 2 kap. 7-8 §§ kommunallagen, Zeteo.

⁶⁴ Jfr. 2 kap. 8 § kommunallagen och 3 kap. 6 § befogenhetslagen.

När en kommun tillgodoser näringslivets behov av lokaler ska pris-sättningen enligt 1 kap. 3 § befogenhetslagen ske på affärsmässig grund. Därmed har det gjorts ett avsteg från självkostnadsprincipen. Skälet till avsteget från självkostnadsprincipen (och förbudet mot att driva företag i vinstsyfte) är att privata aktörer ska kunna konkurrera prismässigt med de lokaler kommunen erbjuder.⁶⁵

Enligt förarbetena är en följd av kravet på affärsmässighet att lokalhyrorna måste sättas till en nivå som motsvarar den ett privat företag skulle ha tillämpat. De villkor som gäller för det privata näringslivets affärsdrivande verksamhet ska således vara vägledande. Utgångspunkten för kommunal aktivitet på fastighetsmarknaden måste vara affärsmässighet och konkurrensneutralitet.⁶⁶

Till gruppen näringslivsfrämjande bolag hör som ovan nämnts 22 bolag. Två av bolagen i gruppen uppgav att de inte bedrev någon form av säljverksamhet för tillfället och dessa saknade därmed försäljningsintäkter.⁶⁷ De näringslivsfrämjande bolagen hade sammanlagt försäljningsintäkter om 319 miljoner kronor under 2013. Detta motsvarar 2,3 procent av försäljningsintäkterna från samtliga bolag i kartläggningen. Trots att gruppen näringslivsfrämjande bolag är den tredje största i kartläggningen är således gruppens säljverksamhet relativt sett liten.

De näringslivsfrämjande bolagen är relativt rörliga. Flera ökar sin nettoomsättning ganska mycket medan andra minskar i omfattning. Bland de 22 näringslivsfrämjande bolagen i studien varierar nettoomsättningen från en dryg halv miljon och upp till drygt hundra miljoner kronor, ett bolag har ingen redovisad nettoomsättning.

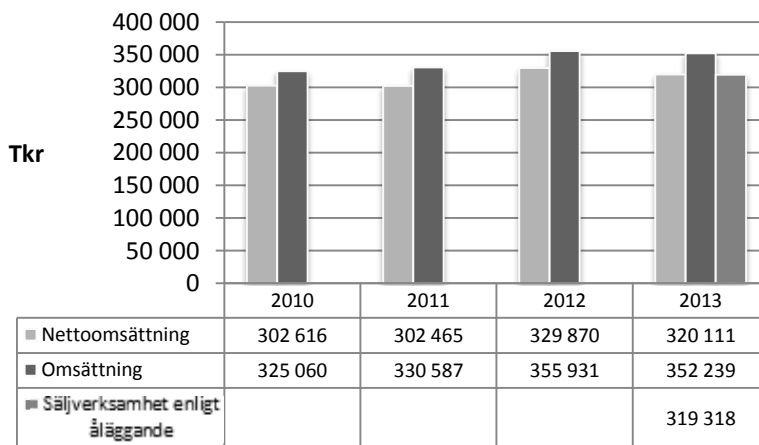
⁶⁵ Se prop. 2008/09:21, s. 58.

⁶⁶ Se prop. 2008/09:21, s. 58.

⁶⁷ Hallsbergs Industribyggnader AB, Strömsunds utvecklingsbolag.

Endast sju av de 22 bolagen hade år 2013 en nettoomsättning på mer än tio miljoner kronor. I snitt har bolagen ökat sin nettoomsättning med knappt sex procent mellan åren 2010 och 2013. Nettoomsättningen sjönk dock mellan 2012 och 2013.

Figur 3.4.1 Utveckling av omsättning och nettoomsättning för näringslivsfrämjande bolag åren 2010–2013 samt försäljningsintäkter för år 2013 (tkr)⁶⁸

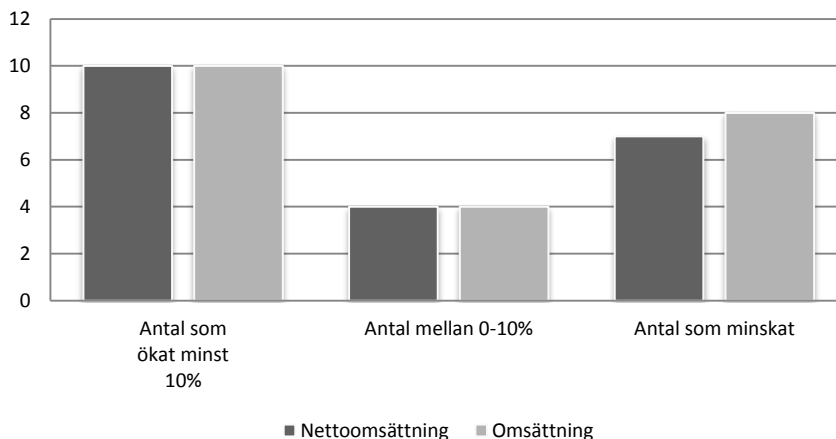


Källa: Infotorg och Konkurrensverket

Nästan hälften, tio stycken, av bolagen ökade sin nettoomsättning med minst tio procent. Flera av dessa ökade från en ganska låg nivå och flerdubblade nettoomsättningen. Samtidigt minskade nästan var tredje bolag sin omsättning.

⁶⁸ För två bolag finns inte bokslut för år 2013 klart. För dessa bolag redovisas i stället utvecklingen åren 2009–2012.

Figur 3.4.2 Förändring av omsättning för näringslivsfrämjande bolag mellan åren 2010–2013 grupperat i antal bolag som minskat, antal som ökat mellan 0–10 procent och antal som ökat minst 10 procent

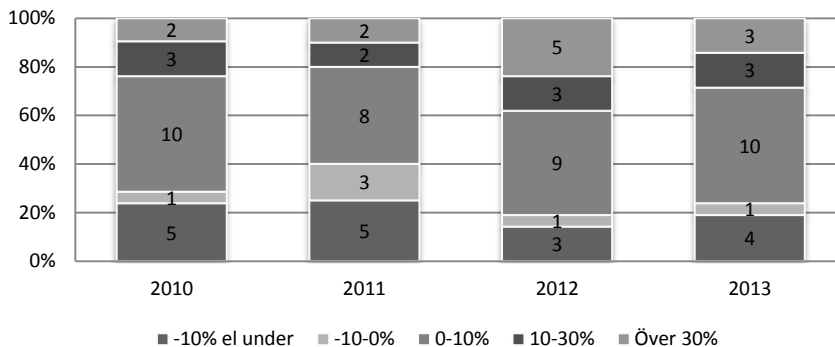


Källa: Infotorg

Den genomsnittliga nettomarginalen för näringslivsfrämjande bolag ligger 2010–2012 mellan två och sju procent och sjunker därefter ned till minus 27 procent för 2013. Nettomarginalerna hos bolagen skiljer sig åt med upp- och nedgångar från år till år. Vissa bolag har extremvärden på allt mellan 90 procent nettomarginal till minusmarginaler på flera hundra procent. Mycket av detta är beroende på en liten omsättning kombinerat med enstaka händelser som nedskrivningar av tillgångar eller annat. År 2013 är det två bolag som utmärker sig med stora faktiska minusresultat som får stort genomslag på snittet.

Andelen näringslivsfrämjande bolag med negativ nettomarginal varierar mellan 20–40 procent, varav större delen av de med negativ nettomarginal har en nettomarginal som är minus 10 procent eller sämre.

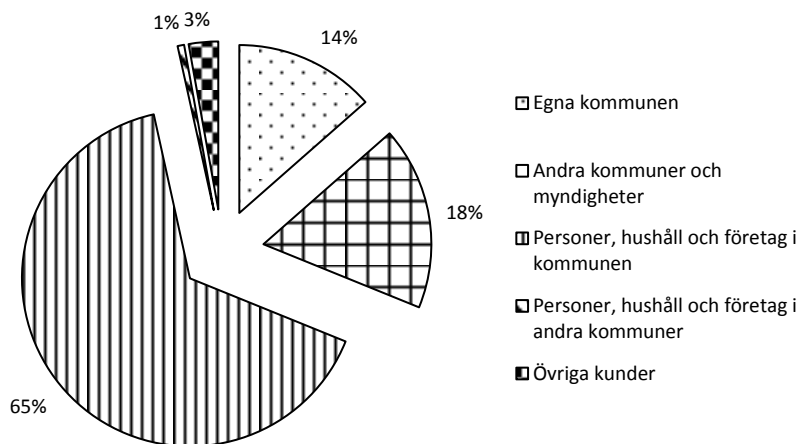
Figur 3.4.3 Fördelning av näringslivsfrämjande bolag grupperat efter nivå på nettomarginal för åren 2010–2013



Källa: Infotorg

Ser man på varifrån de näringslivsfrämjande bolagen får sina försäljningsintäkter ser man att den största kundgruppen är personer, hushåll och företag i den egna kommunen. Från denna kundgrupp härrör försäljningsintäkter på 208 miljoner kronor vilket motsvarar 65 procent av försäljningsintäkterna. Ett av bolagen avviker dock i hög grad från den generella bilden. Bolaget har en stor del av sin försäljning, drygt 76 procent, till andra kommuner och myndigheter samt till företag och privatpersoner i andra kommuner.

Figur 3.4.4 Försäljningsintäkter för näringslivsfrämjande bolag fördelat per kundgrupp (mkr)

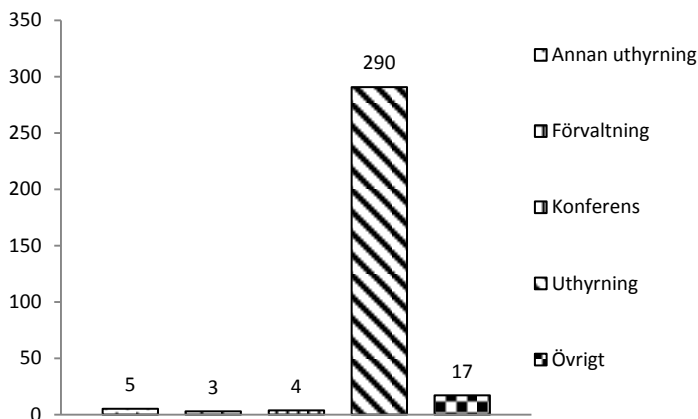


Försäljningsintäkter per kundgrupp	Mkr	Procent
Egna kommunen	43	14
Andra kommuner och myndigheter	56	18
Personer, hushåll och företag i kommunen	208	65
Personer, hushåll och företag i andra kommuner	2	1
Övriga kunder	9	3
Försäljning totalt	318	100

Källa: Konkurrensverket

Som nämnts får de näringslivsfrämjande bolagen sina största intäkter, 91 procent eller 290 miljoner kronor, från uthyrning av lokaler. De näringslivsfrämjande bolagen har även intäkter från bland annat konferensverksamhet, traktortjänster och uthyrning av rackplats i serverhall.

Figur 3.4.5 Fördelning av försäljningsintäkter för näringslivsfrämjande bolag efter vara och/eller tjänst



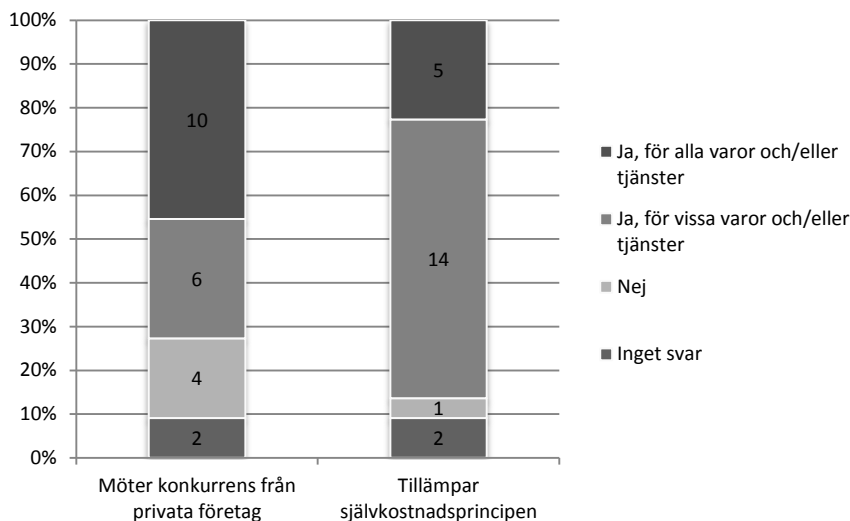
Försäljningsintäkter per vara/tjänst	Mkr	Procent
Annan uthyrning	5	2
Förvaltning	3	1
Konferens	4	1
Uthyrning	290	91
Övrigt	17	5
Försäljning totalt	319	100

Källa: Konkurrensverket

De näringslivsfrämjande bolagen möter konkurrens i relativt stor omfattning. 45 procent av bolagen uppgav att de mötte konkurrens för samtliga varor eller tjänster som bolaget säljer. 27 procent ansåg sig möta konkurrens för vissa varor eller tjänster medan 18 procent inte ansåg sig möta konkurrens från privata företag överhuvudtaget.

Vid prissättningen av varorna och tjänsterna har fem procent av bolagen uppgett att de inte tillämpar självkostnadsprincipen. 23 procent av bolagen tillämpar självkostnadsprincipen för vissa varor och tjänster medan 64 procent tillämpar självkostnadsprincipen för samtliga varor och tjänster.

Figur 3.4.6 I vilken omfattning de allmännyttiga bostadsbolagen möter konkurrens samt tillämpar självkostnadsprincipen



Källa: Konkurrensverket

Sammanfattningsvis kan man konstatera att de näringslivsfrämjande bolagen har sina största intäkter från lokaluthyrning (290 mkr) och att två tredjedelar av försäljningsintäkterna kommer från privatpersoner och företag i den egna kommunen. Det finns dock viss bredd i tjänsteutbudet hos bolagen i gruppen och det förekommer även att bolagen bedriver restaurang- och konferensverksamhet och serverhallar. Ett av bolagen har dessutom majoriteten av sin försäljning till andra kommuner och myndigheter samt privatpersoner och företag i andra kommuner. Tre av de fem bolag som uppgett att de tillämpar självkostnadsprincipen vid prisättning av samtliga varor har även uppgett att de möter konkurrens från privata företag.

Mot bakgrund av att en så stor del av de näringslivsfrämjande bolagens försäljningsintäkter kommer från lokaluthyrning, som ska

prissättas enligt affärsmässiga grunder, är det något överraskande att en så stor andel av bolagen tillämpar självkostnadsprincipen för samtliga varor och tjänster.

Man kan även konstatera att den näringslivsfrämjande bolagsgruppen växer, nästan hälften har ökat med minst tio procent sedan år 2010. Från resultatet går det inte att dra några generella slutsatser utan vissa bolag går med vinst medan andra går med förlust. Detta kan bero på bland annat i vilken omfattning bolagen lyckas hyra ut sina lokaler, satsningar i företagsparker som inte faller väl ut och hur den näringslivsfrämjande verksamheten organiseras. Bolagen har själva angett att de möter konkurrens i hög utsträckning. Mot denna bakgrund är det viktigt att bolagen tillämpar en korrekt prissättning.

3.5 Övriga fastighetsbolag

I gruppen övriga fastighetsbolag ingår 18 bolag som varken går att kategorisera in i gruppen för de allmännyttiga bostadsbolagen eller näringslivsfrämjande bolag. I gruppen övriga fastighetsbolag ingår bland annat bolag som har till syfte att förvalta kommunala fastigheter och se till att kommunala förvaltningar har ändamålsenliga lokaler. I gruppen ingår även bolag som har en stor andel uthyrning av lägenheter som inte kan kategoriseras som allmännyttigt.

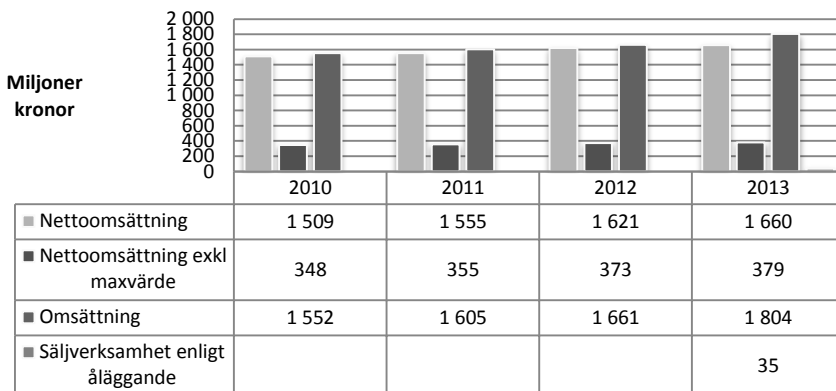
Vid prissättning är självkostnadsprincipen utgångspunkten för kommunala bolag och den ska tillämpas om det inte finns någon bestämmelse som säger annat. För de övriga fastighetsbolagen finns ingen generell riktlinje för prissättning, utan det beror på vilken vara eller tjänst som säljs. Om ett av de övriga fastighetsbolagen hyr

ut lokaler för att främja det lokala näringslivet ska till exempel pris-sättningen ske enligt affärsmässig grund.⁶⁹

Nettoomsättningen för de 18 bolagen i gruppen övriga fastighetsbolag ökade från totalt 1,5 miljard år 2010 till 1,66 miljard år 2013, en procentuell ökning på tio procent. Den totala omsättningen ökade ytterligare några procent. Ser man på de inrapporterade försäljningsintäkterna för 2013 uppgår dessa till 1 698 miljoner kronor. Det är ganska stor storleksmässig spridning mellan de övriga fastighetsbolagen. En tredjedel av bolagen hade år 2013 en nettoomsättning på mindre än tio miljoner varav de allra minsta hade en nettoomsättning på en dryg miljon kronor. Det största bolagets nettoomsättning låg på 1,3 miljarder och övriga hade en nettoomsättning på mellan 10–100 miljoner kronor. Tre bolag hade ingen nettoomsättning år 2010 och ett bolag hade ingen omsättning alls under perioden.

⁶⁹ Jfr. 1 kap. 3 § befogenhetslagen.

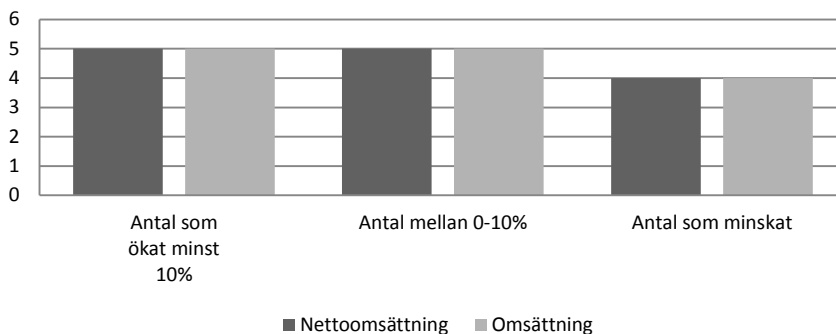
Figur 3.5.1 Utveckling av omsättning och nettoomsättning för övriga fastighetsbolag åren 2010–2013 samt försäljningsintäkter för år 2013 (mkr)



Källa: Infotorg och Konkurrensverket

Fem bolag ökade sin nettoomsättning med mer än tio procent och fyra bolag minskade sin nettoomsättning åren 2010-2013.

Figur 3.5.2 Utveckling av nettoomsättning för övriga fastighetsbolag åren 2010–2013 grupperat i antal bolag som minskat, antal som ökat mellan 0-10 procent och antal som ökat minst 10 procent

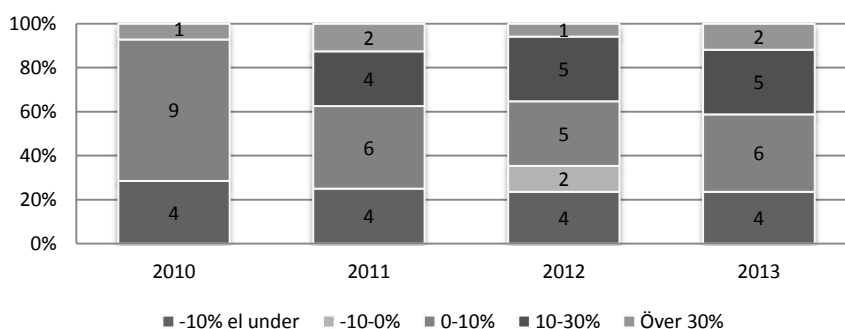


Källa: Infotorg

Nettomarginalen låg 2010–2012 på två till tre procent för att år 2013 öka till över sju procent.

Mellan 20–30 procent av bolagen har en nettomarginal som är minus tio procent eller sämre. Samtidigt ligger runt 40 procent av bolagen från och med 2011 över tio procent i nettomarginal.

Figur 3.5.3 Fördelning av övriga fastighetsbolag grupperat efter nivå på nettomarginal för åren 2010–2013

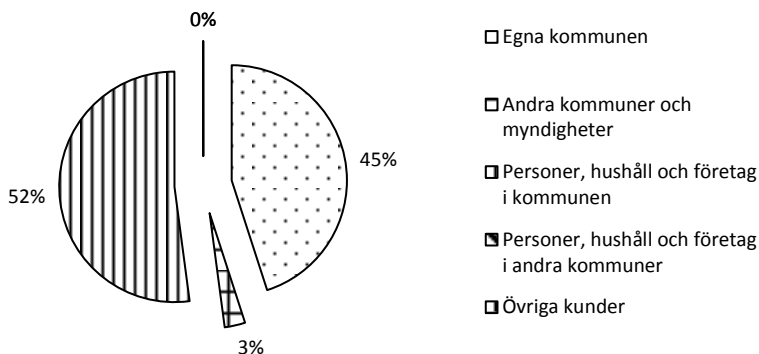


Källa: Infotorg

Två kundgrupper sticker ut när man ser på var de övriga fastighetsbolagen får sina försäljningsintäkter: den egna kommunen samt personer, hushåll och företag i den egna kommunen.

Från personer, hushåll och företag i kommunen får bolagen 885 miljoner kronor i försäljningsintäkter och från den egna kommunen kommer försäljningsintäkter på 765 miljoner kronor. 49 miljoner kronor kommer från andra kommuner och myndigheter och 200 000 kr från övriga kunder. Ett av bolagen i gruppen hade år 2013 inga försäljningsintäkter överhuvudtaget.

Figur 3.5.4 Fördelning av försäljningsintäkterna för övriga fastighetsbolag efter kundgrupp

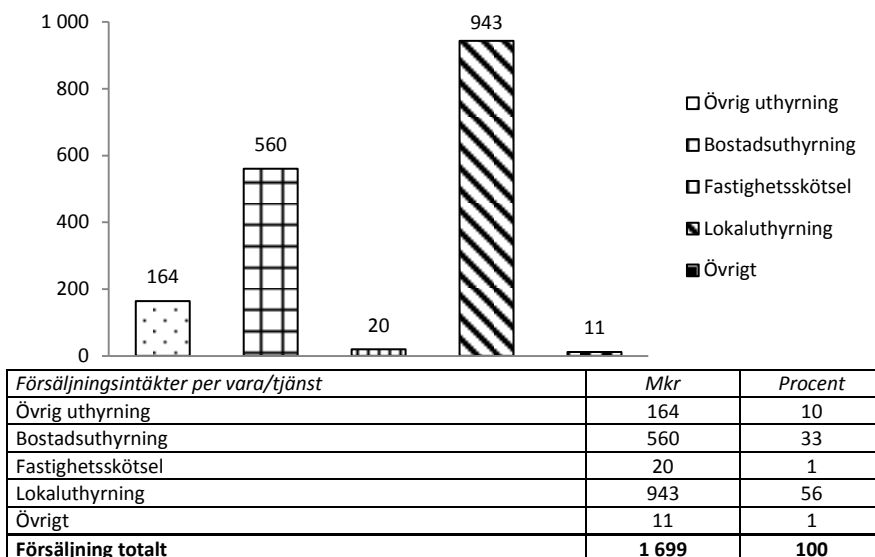


Försäljningsintäkter per kundgrupp	Mkr	Procent
Egna kommunen	765	45
Andra kommuner och myndigheter	49	3
Personer, hushåll och företag i kommunen	885	52
Personer, hushåll och företag i andra kommuner	0	0
Övriga kunder	0,2	0
Försäljning totalt	1 699	100

Källa: Konkurrensverket

Bolagen i gruppen ägnar sig till största delen åt uthyrning av bostäder och lokaler. Dessa två uthyrningskategorier står för 89 procent, eller 1 503 miljoner kronor, av försäljningsintäkterna. Ett bolag står för cirka 87 procent, motsvarande 1 305 miljoner kronor, av försäljningsintäkterna från bostads- och lokaluthyrning. Bolaget står även för 559,9 miljoner kronor av 560,3 miljoner kronor av de sårredovisade intäkterna från bostadsuthyrning i gruppen. Den tredje största intäktgruppen är från övrig uthyrning vilken står för nio procent av försäljningsintäkterna. Den övriga uthyrningen uppgår till 164 miljoner kronor och består av uthyrning av bas-antennar, skyltplatser, värmeverk och parkeringsplatser. De övriga tjänsterna uppgår till elva miljoner kronor och avser bland annat försäljning av liftkort och skidutrustning samt toalettavgifter. Bolagen har även försäljningsintäkter från fastighetsskötsel.

Figur 3.5.5 Övriga fastighetsbolags försäljningsintäkter fördelat per tjänst (mkr)

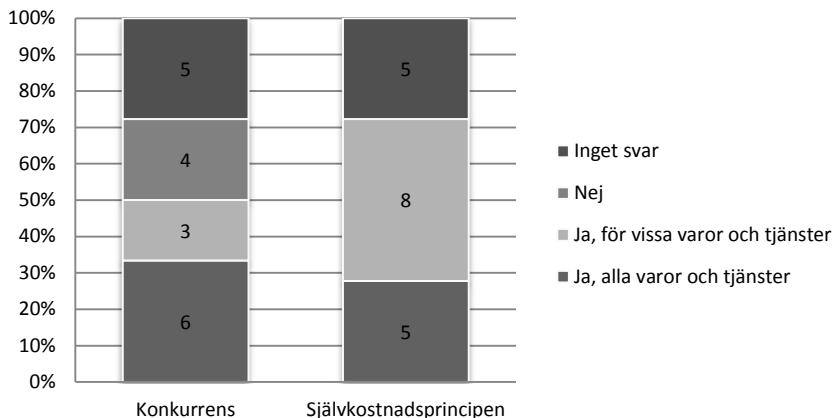


Källa: Konkurrensverket

33 procent av bolagen anser sig möta konkurrens från privata företag för samtliga varor och tjänster som bolaget säljer. 17 procent av bolagen anser sig möta konkurrens för vissa varor och tjänster. 22 procent möter inte konkurrens från privata företag och 28 procent av bolagen har inte besvarat frågan.

Samtliga bolag som har besvarat frågan om självkostnadsprincipen har uppgett att denna tillämpas. 28 procent av bolagen tillämpar självkostnadsprincipen vid prissättning av alla varor och tjänster och 44 procent tillämpar självkostnadsprincipen vid prissättning av vissa varor och tjänster.

Figur 3.5.6 I vilken omfattning de allmännyttiga bostadsbolagen möter konkurrens samt tillämpar självkostnadsprincipen



Källa: Konkurrensverket

Sammanfattningsvis kan man konstatera att de övriga fastighetsbolagen i något mindre grad är konkurrensutsatta jämfört med de allmännyttiga bolagen och de näringslivsfrämjande bolagen. De möter dock konkurrens i förhållandevis stor omfattning. De övriga fastighetsbolagen tillämpar dessutom självkostnadsprincipen i högre grad. Samtliga bolag som svarat har uppgett att de tillämpar självkostnadsprincipen i någon mån. Att självkostnadsprincipen tillämpas i hög grad kan bland annat förklaras av att den egna kommunen är en stor kundgrupp för bolagen. De övriga fastighetsbolagen förefaller dessutom ha ett större kommuninternt uppdrag, vilket kan förklara varför de inte möter konkurrens i samma omfattning.

Ett bolag har uppgett att det hyr ut lokaler på den öppna marknaden i konkurrens med privata företag och prissätter uthyrningen enligt självkostnadsprincipen. Vilka effekter denna

prissättning får på konkurrensen har dock inte undersökts inom ramen för kartläggningen.

Fyra bolag som bedriver försäljning har varken kunnat svara på frågan om bolaget möter konkurrens eller om självkostnadsprincipen. Det är viktigt att bolagen är medvetna om vilka prissättningsprinciper de tillämpar och om de möter konkurrens för att inte riskera att snedvrider konkurrensen.

3.6 Kommunala moderbolag

Åtta kommuner i kartläggningen har valt att konstruera sin bolagsstruktur, fullt ut eller delvis, på så sätt att ett kommunalt moderbolag äger flera kommunala dotterbolag. Ser man i bolagsordningarna samt ägardirektiven för moderbolagen framgår det att syftet med bolagsstrukturen bland annat är att leda, samordna och effektivisera den verksamhet som bedrivs i dotterbolagen. För ett av bolagen anges det även att ett skäl är skattetekniskt.⁷⁰

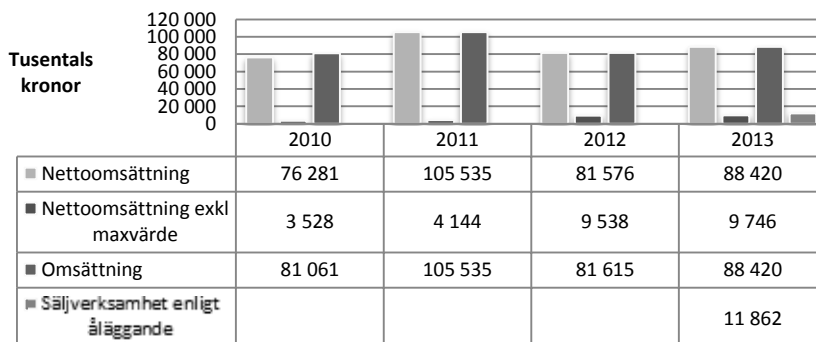
Fem av de åtta bolagen i gruppen moderbolag har en redovisad nettoomsättning. Av den totala nettoomsättningen på 88 miljoner år 2013 så står ett och samma bolag för knappt 90 procent av nettoomsättningen. Övriga bolag omsätter mellan några hundratusen kronor och några miljoner kronor. Nettoomsättningen ökade i snitt med 16 procent, men exklusive det största bolaget var ökningen 176 procent.

Ser man på de försäljningsintäkter som bolagen har redovisat till Konkurrensverket så uppgår dessa för år 2013 sammanlagt till 11,86

⁷⁰ Jfr. Laurent (2007), s. 9, där kommunstyrelsens ordförande i sex kommuner uppger skäl för att bilda kommunala bolagskoncerner. De skattetekniska skälen var ett återkommande skäl.

miljoner kronor, varav 11,26 miljoner kronor är försäljning till den egna kommunen.⁷¹ För det största bolaget skiljer sig angiven försäljning från uppgifter om nettoomsättning och omsättning. Av årsredovisningen framgår att en stor del av nettoomsättningen är internförsäljning till den egna kommunen. Efter att internförsäljningen har räknats bort kvarstår dock fortfarande en differens på ca 45 miljoner kronor.

Figur 3.6.1 Utveckling av omsättning och nettoomsättning för gruppen moderbolag åren 2010 – 2013 samt försäljning enligt enkätsvar för år 2013 (tkr)

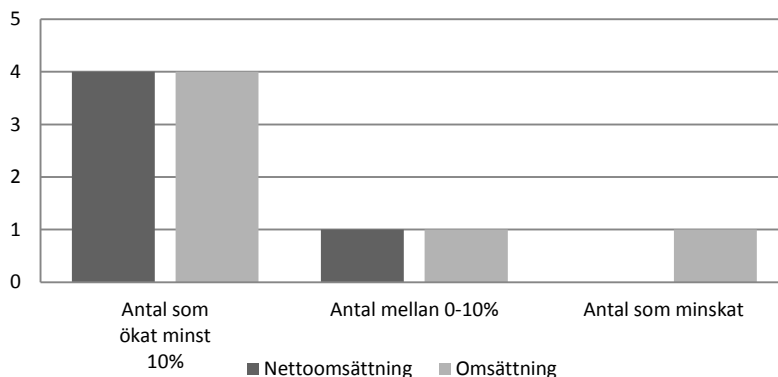


Källa: Infotorg och Konkurrensverket

Bland de fyra mindre bolagen har alla ökat sin omsättning med mer än tio procent sedan år 2010. Två av dem har flerdubblat omsättningen. Ett bolag redovisar endast omsättning och ingen nettoomsättning.

⁷¹ Dotterbolagens försäljning redovisas under i kapitlet för den bolagsgrupp de tillhör.

Figur 3.6.2 Utveckling av nettoomsättning för gruppen moderbolag åren 2010–2013 grupperat i antal bolag som minskat, antal som ökat mellan 0–10 procent och antal som ökat minst 10 procent

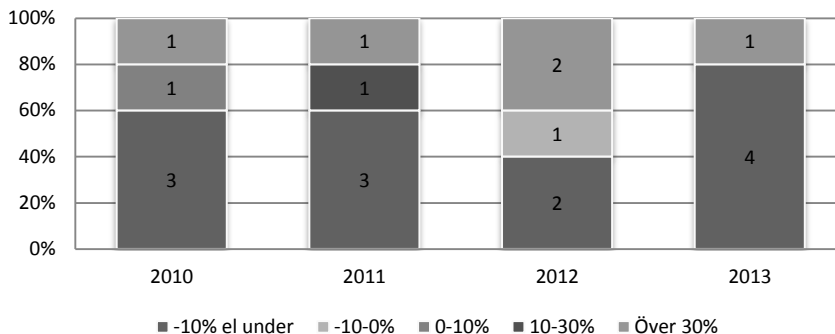


Källa: Infotorg

Ser man på hur nettomarginalerna har utvecklats kan man se att de har förändrats en del, framför allt om man exkluderar det största bolaget. Det är vanligt att koncernbidrag lämnas till och från moderbolagen vilket bidrar till skillnader för hur nettomarginal och årets resultat genom nettoomsättning ser ut. Man kan se en förhållandevis stor spretighet vilket är talande för moderbolagens roll som resultatutjämnare mellan dotterbolag.

Mer än hälften av bolagen i gruppen moderbolag har en negativ nettomarginal. Förutom de fem bolag som illustreras nedan finns tre bolag som inte har någon redovisad nettoomsättning i årsredovisningen och som vi därför inte har kunnat räkna fram någon nettomarginal för. Resultatet för dessa tre bolag präglas av stora resultatsvängningar.

Figur 3.6.3 Fördelning av moderbolag grupperat efter nivå på nettomarginal för åren 2010–2013



Källa: Infotorg

Ser man på den redovisade försäljningen så utgörs denna bland annat av administrativa tjänster och personaltjänster. Det är ett av bolagen som står för all försäljning till kunder som inte är den egna kommunen. Försäljningen uppgår till 605 000 kronor och sker till andra kommuner eller myndigheter samt privatpersoner och företag i kommunen. Försäljningen utgörs av administrativa tjänster, hyra och försäljning av utranterat material.

Sammanfattningsvis kan man säga att bolagen bedriver självständig försäljning i liten omfattning, tre bolag saknar till exempel försäljning helt. Den försäljning som bedrivs förefaller dessutom i hög grad vara till den egna kommunen eller kommunkoncernen. Det finns dock en osäkerhetsfaktor då ett bolag har en betydligt högre nettoomsättning än vad som avspeglas i de inrapporterade försäljningsintäkterna. I denna avvikelse från vad som har lämnats in kan därför viss försäljning förekomma.

I moderbolagen blir det tydligt att det förekommer många koncerntransaktioner i de aktuella kommunkoncernerna, vilket skulle

kunna spegla ett skattetekniskt syfte med bolagen. När man sedan undersöker från vilka dotterbolag bidragen går till blir det tydligt att många dotterbolag inte klarar sig själva utan behöver koncernbidrag som slussas via moderbolaget. Det förekommer därmed en viss grad av finansiering av verksamheter som inte bär sig själva.

3.7 Turisminriktade bolag

I kartläggningen ingår sju bolag som har turisminriktade försäljningsintäkter på 134 miljoner kronor. Bolagen ägnar sig bland annat åt museiverksamhet, turistbyråverksamhet, djurpark och diverse aktiviteter.

Kommunerna får vidta åtgärder som allmänt främjar turistväsendets utveckling i kommunen. Av 4 kap. 1 § befogenhetslagen framgår att kommuner får vidta åtgärder för uppförande och drift av turistanläggningar i den utsträckning det behövs för att främja turistväsendet inom kommunen. Av 1 kap. 2 § befogenhetslagen framgår att lokaliseringsprincipen inte gäller för turismverksamheten. Verksamheten får dock inte drivas i syfte att bereda kommunen vinst.⁷² Verksamheten och insatsen ska även ställas i proportion till den förväntade kommunala nyttan av den.⁷³ Därför gäller självkostnadsprincipen vid prissättningen. Hotell, campingplatser, stugbyar och skidanläggningar är exempel på verksamheter som kan vara kompetensenliga.⁷⁴

⁷² Bohlin (2007), s. 132 f.

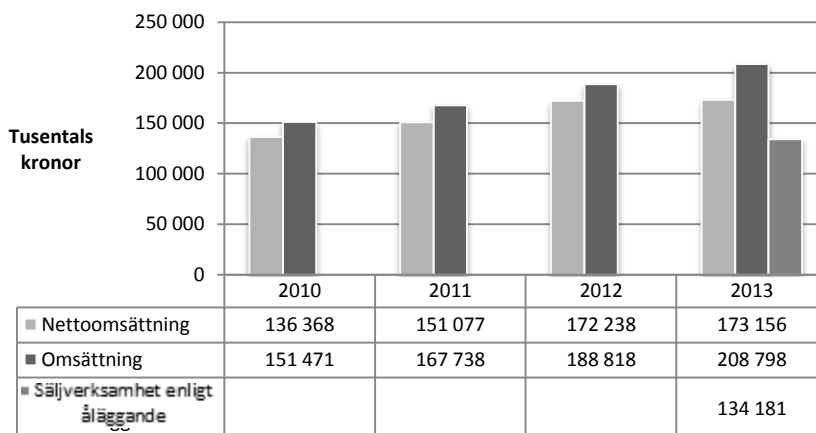
⁷³ Prop. 2008/09:21 s. 64.

⁷⁴ Bohlin (2007), s. 133.

Nettoomsättningen har ökat från 136 miljoner år 2010 till 173 miljoner år 2013 vilket är en ökning med 27 procent. Den totala omsättningen har ökat med knappt 38 procent.

För 2013 redovisas även den säljverksamhet som bolagen har angivit i åläggandet. Skillnaden mellan omsättning och rapporterad säljverksamhet beror framför allt på ett bolag.

Figur 3.7.1 Utveckling av omsättning och nettoomsättning för turismbolag åren 2010–2013 samt försäljning enligt enkätsvar för år 2013 (tkr)⁷⁵

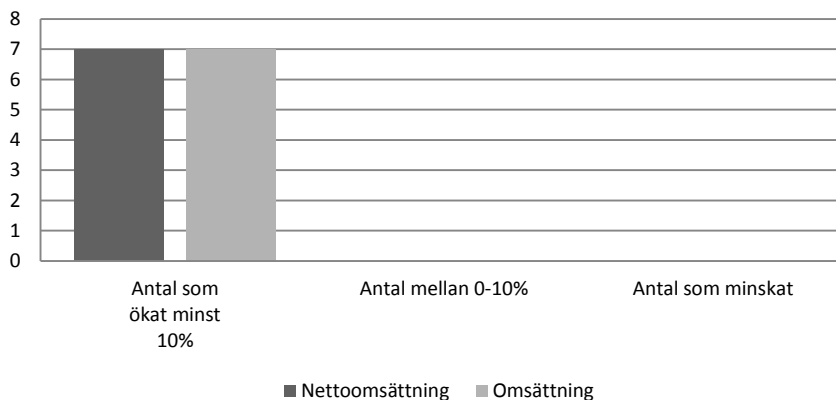


Källa: Infotorg och Konkurrensverket

Av de sju turisminriktade bolagen är det ett som inte har någon redovisad omsättning enligt årsredovisningen. Samtliga bolag som har en redovisad omsättning har ökat med minst tio procent de fyra senaste åren.

⁷⁵ För ett bolag fanns bokslutet för år 2013 inte tillgängligt. För det bolaget redovisas åren 2009-2012 i stället.

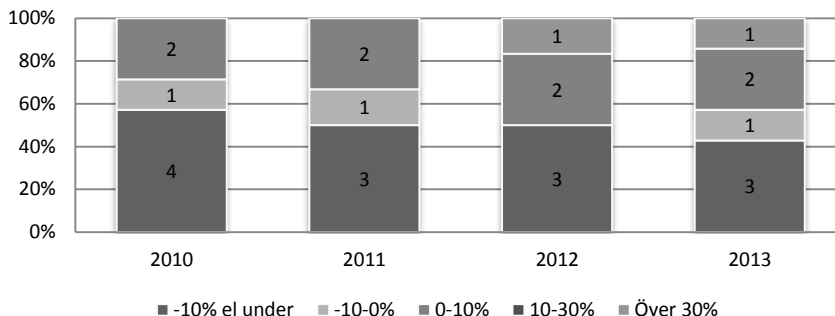
Figur 3.7.2 Förändring av omsättning för turismbolag mellan åren 2010–2013 grupperat i antal bolag som minskat, antal som ökat mellan 0–10 procent och antal som ökat minst 10 procent



Källa: Infotorg

Turismbolagen har i snitt en rejält negativ nettomarginal även om den har minskat något från år 2010. Årets resultat genom nettoomsättningen är drygt 15 procent bättre än nettomarginalen. Den ligger endast på ca minus fem procent. År 2013 tog drygt hälften av bolagen emot koncernbidrag vilket i de fall det bokas i resultaträkningen syns på årets resultat, men inte på nettomarginalen. I figuren nedan kan man se att runt hälften av bolagen i gruppen turismbolag visar ett kraftigt underskott med en nettomarginal på under tio procent.

Figur 3.7.3 Fördelning av turismbolag grupperat efter nivå på nettomarginal för åren 2010–2013⁷⁶



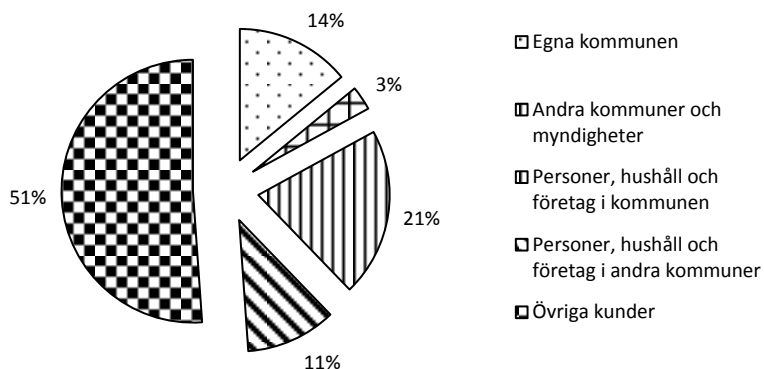
Källa: Infotorg

Bolagen har som ovan nämnts rapporterat försäljningsintäkter för år 2013 på 134 miljoner kronor varav 69 miljoner kronor hänförs till den största gruppen, vilken är övriga kunder. I fritextsvar från bolagen framgår det att de övriga kunderna är näringslivs-föreningar, museer, utländska personer och teatrar. Ett bolag har även registrerat försäljningen på övriga kunder då bolaget inte kan härleda försäljningen till någon av de övriga kundgrupperna. Försäljningsintäkterna utgjordes då bland annat av entréavgifter och souvenirförsäljning.

De turisminriktade bolagen har även försäljning på 28 miljoner kronor till personer och företag i kommunen, 19 miljoner kronor till den egna kommunen, 15 miljoner kronor till personer och företag i andra kommuner och fyra miljoner kronor till andra myndigheter och kommuner.

⁷⁶ För ett bolag fanns bokslutet för år 2013 inte tillgängligt. För det bolaget redovisas åren 2009–2012 i stället.

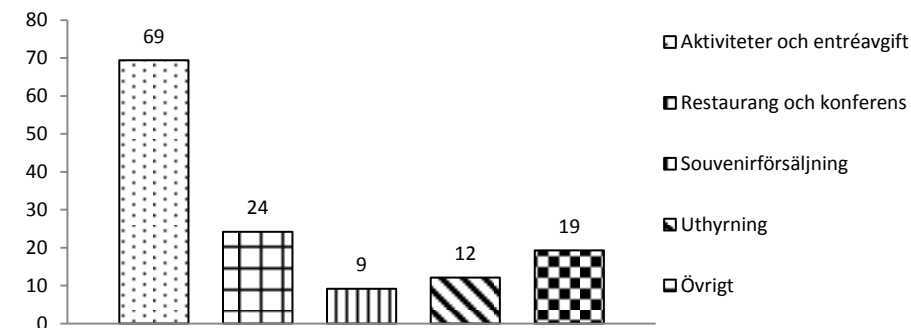
Figur 3.7.4 Fördelning av försäljningsintäkter för turismbolag efter kundgrupp



Försäljningsintäkter per kundgrupp	Mkr	Procent
Egna kommunen	19	14
Andra kommuner och myndigheter	4	3
Personer, hushåll och företag i kommunen	28	21
Personer, hushåll och företag i andra kommuner	15	11
Övriga kunder	69	51
Försäljning totalt	135	100

Källa: Konkurrensverket

Turismbolagen får över 50 procent av sina försäljningsintäkter från aktiviteter och entréavgifter. Försäljningen från dessa uppgår till 69 miljoner kronor. Därutöver får bolagen närmare en femtedel av sina försäljningsintäkter från restaurang och konferensverksamhet.

Figur 3.7.5 Fördelning av försäljningsintäkter per vara och tjänst

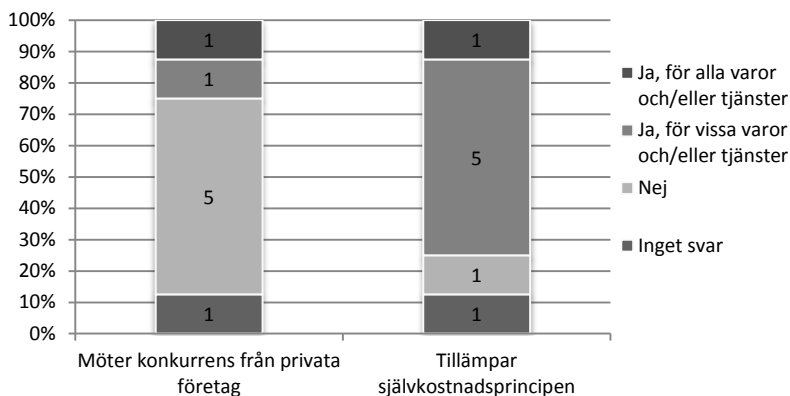
Försäljningsintäkter per vara/tjänst	Mkr	Procent
Aktiviteter och entréavgift	69	52
Restaurang och konferens	24	18
Souvenirförsäljning	9	7
Uthyrning	12	9
Övrigt	19	14
Försäljning totalt	135	100

Källa: Konkurrensverket

En stor del, 63 procent, av turismbolagen anser inte att de möter konkurrens från privata företag. Övriga bolags svar fördelar sig jämnt mellan de olika alternativen.

13 procent av bolagen tillämpar inte självkostnadsprincipen vid prissättningen av de varor och tjänster som bolaget säljer. 63 procent av bolagen tillämpar självkostnadsprincipen i vissa fall och 13 procent av bolagen tillämpar den för samtliga varor och tjänster.

Figur 3.7.6 I vilken omfattning de turisminriktade bolagen möter konkurrens samt tillämpar självkostnadsprincipen



Källa: Konkurrensverket

I de inkomna svaren har fyra bolag uppgett att de tillämpar någon form av marknadsmässig prissättning och därmed frångår utgångspunkten, vilken är att de ska tillämpa självkostnadsprincipen. Att det inte finns utrymme för en sådan prissättning borde innebära en konflikt för de verksamhetsansvariga på dessa bolag.

De turisminriktade bolagen har en förhållandevis stor andel försäljning till övriga kunder, 51 procent, och personer och företag i andra kommuner (elva procent). Att bolagsgruppen har en sådan stor andel av försäljningen till dessa kundgrupper borde kunna förklaras av att bolagen inte är bundna av lokaliseringsprincipen.

Baserat på vilka varor och tjänster bolagen säljer kan man konstatera att det finns tre typer av turisminriktade bolag: rena turistbyråer, rena turistattraktioner och kombinerade turistbyråer och attraktioner. Man kan även konstatera att för åtminstone den sista

kategorin kan det uppfattas som problematiskt att en och samma aktör både vägleder besökare i kommunen samtidigt som kommunen bedriver konkurrerande säljverksamhet.

Det är bara två bolag som har uppgett att de möter konkurrens fullt ut från privata företag. Flera av bolagen som uppgett att de inte möter konkurrens från privata företag erbjuder tjänster som det är tämligen uppenbart att även privata företag kan erbjuda, till exempel restaurang- och konferensverksamhet i en större stad.

Detta bör särskilt beaktas mot bakgrund av att nettoomsättningen stiger för de turisminriktade bolagen samtidigt som nettomarginalerna minskar med drygt minus 20 procent.⁷⁷

3.8 Trafik- och infrastrukturbolag

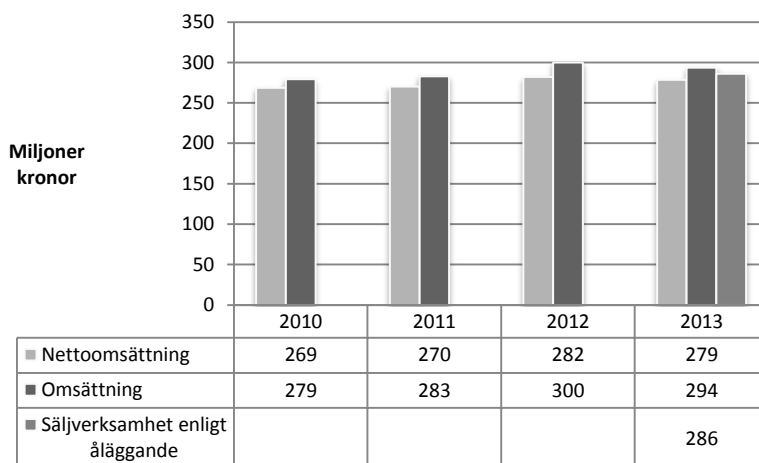
Sex bolag hör till gruppen trafik- och infrastrukturbolag. Bolagen i gruppen ägnar sig åt busstrafik, hamndrift, flygplatsdrift samt tillhörande infrastruktur.

Enligt 3 kap. 3–5 §§ befogenhetslagen får ett kommunalt aktiebolag ingå avtal med en trafikhuvudman om att utföra lokal och regional linjetrafik med buss och motsvarande spårburen trafik utan avseende på de begränsningar som ligger i lokaliseringsregeln (2 kap. 1 § KL). Bolagets verksamhet ska bedrivas på affärsmässiga grunder, och vissa krav på information om och sərbokföring av uppdragsverksamheten uppställs. Det allmännas engagemang i kollektivtrafik är numera samlat i lagen (2010:1383) om kollektivtrafik.

⁷⁷ Om man räknar med koncernbidrag ligger den negativa vinstmarginaen på cirka minus fem procent.

Storleken på de sex bolagen för trafik- och infrastruktur ligger på mellan knappt sju miljoner och upp till 156 miljoner i nettoomsättning år 2013. Ett bolag har ingen redovisad omsättning under 2010–2013. Den totala nettoomsättningen ökade från 268 miljoner år 2010 till 278 miljoner år 2013, en ökning med totalt fyra procent. Exkluderas det största bolaget, som har en omsättning som är större än övriga fyra tillsammans, minskar i stället omsättningen något, men det är ingen större skillnad mellan staplarna.

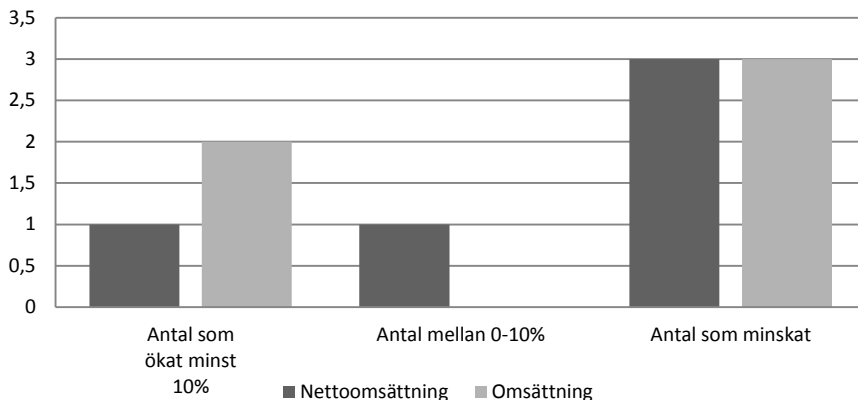
Figur 3.8.1 Utveckling av omsättning och nettoomsättning för trafik- och infrastrukturbolagen åren 2010–2013 samt försäljning enligt enkätsvar för år 2013 (mkr)



Källa: Infotorg och Konkurrensverket

Tre bolag har minskat sin omsättning mellan åren 2010–2013 och två bolag har en ökad omsättning.

Figur 3.8.2 Förändring av omsättning för trafik- och infrastruktur-bolagen mellan åren 2010–2013 grupperad form

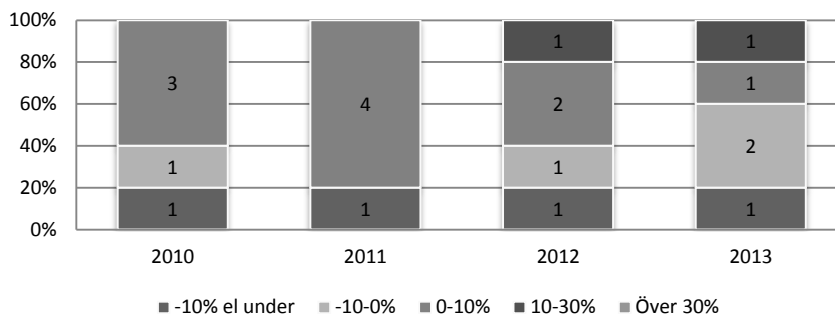


Källa: Infotorg

Den genomsnittliga nettomarginalen ökar mellan åren från att ligga på minus tre procent år 2010 till att hamna precis under noll år 2013. Utan det största bolaget är trenden ungefär densamma, men nettomarginalen är runt tio procent lägre.

Det är också intressant att se att årets resultat, genom nettoomsättning, ligger över nettomarginalen på totalen endast med några procent. Om man exkluderar det största bolaget blir det stor skillnad mellan måtten. Två av bolagen fick koncernbidrag under 2013 vilket har förbättrat resultatet för dessa bolag och höjt det genomsnittliga resultatet för trafik- och infrastrukturbolag. Inom gruppen varierar nettomarginalen från över tio procent ner till minusresultat som är flera gånger omsättningen hos det minsta bolaget. Bolagen skiljer sig därmed åt storleksmässigt.

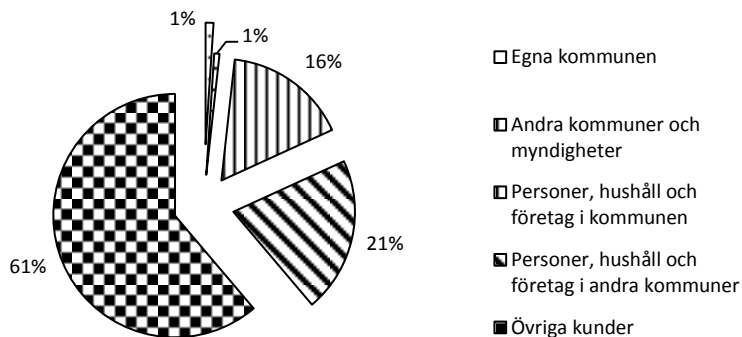
Figur 3.8.3 Fördelning av trafik- och infrastrukturbolag grupperat efter nivå på nettomarginalen för år 2013



Källa: Infotorg

De sex bolagen i gruppen har sammanlagda försäljningsintäkter om 286 miljoner kronor för år 2013. Ser man på varifrån trafik- och infrastrukturbolagen får sina intäkter så upptäcker man att övriga kunder är den största kundkategorin. Intäkterna från övriga kunder uppgår till 175 miljoner kronor vilket motsvarar cirka 61 procent av försäljningsintäkterna. Den näst största kundgruppen, med 59 miljoner kronor, är personer, hushåll och företag i andra kommuner. Motsvarande kundgrupp i den egna kommunen står för 47 miljoner kronor av intäkterna. Försäljning till den egna kommunen samt till andra kommuner och myndigheter står sammanlagt för 5 miljoner kronor av försäljningsintäkterna.

Figur 3.8.4 Försäljningsintäkter för trafik- infrastrukturbolag efter kundgrupp



Försäljningsintäkter per kundgrupp	Mkr	Procent
Egna kommunen	3	1
Andra kommuner och myndigheter	2	1
Personer, hushåll och företag i kommunen	47	16
Personer, hushåll och företag i andra kommuner	59	21
Övriga kunder	175	61
Försäljning totalt	286	100

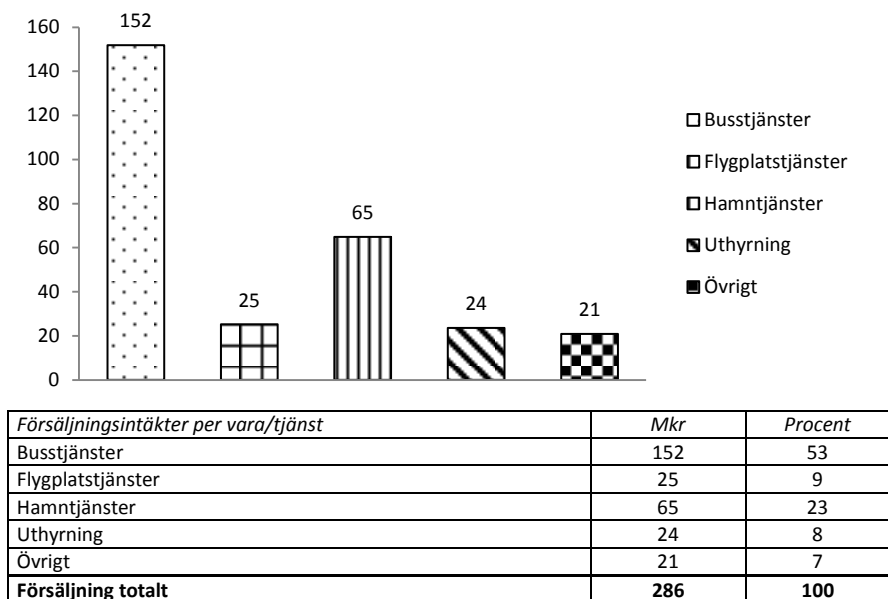
Källa: Konkurrensverket

Bolagen i gruppen bedriver busstrafiktjänster, flygplatstjänster, hamntjänster och uthyrning av bland annat lokaler. Kategorin övriga tjänster består bland annat av fordonstvätt, försäljning av livsmedel och konsulttjänster.

Fördelar man försäljningsintäkterna per tjänstetyp och kundgrupp framgår det att av försäljningsintäkterna från övriga kunder så utgör busstjänster den största delen med 151 miljoner kronor, något som motsvarar 81 procent av intäkterna från övriga kunder.

Busstjänster står även för den största delen, 53 procent, av den totala försäljningen. Den procentuella fördelningen mellan tjänsterna framgår nedan.

Figur 3.8.5 Fördelning av trafik- och infrastrukturbolags försäljningsintäkter efter vara och tjänst (mkr)

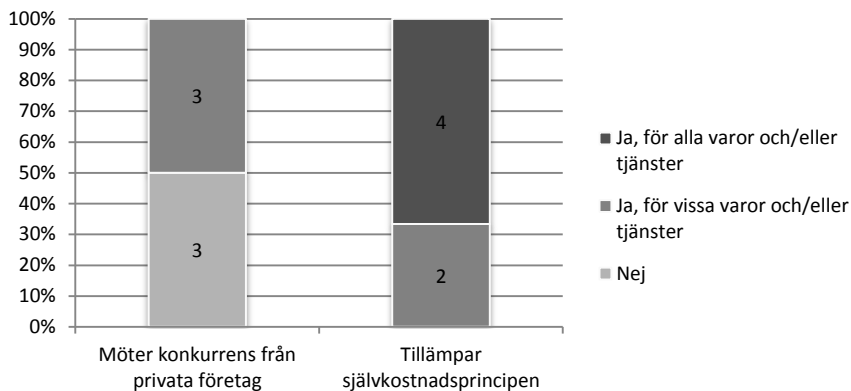


Källa: Konkurrensverket

Hälften av de sex bolagen har uppgett att de möter konkurrens från privata företag för vissa varor och tjänster. Den andra hälften har uppgett att de inte möter konkurrens från privata företag.

Vid prissättningen tillämpar fyra av sex bolag självkostnadsprincipen för alla varor och tjänster. Dessa bolag har försäljningsintäkter på 237 miljoner kronor. Två av bolagen tillämpar självkostnadsprincipen vid prissättning av vissa varor och tjänster.

Figur 3.8.6 I vilken omfattning de allmännyttiga bostadsbolagen möter konkurrens samt tillämpar självkostnadsprincipen



Källa: Konkurrensverket

Ett bolag har lämnat anbud i offentlig upphandling. Upphandlingen avsåg linjetrafik och den upphandlande myndigheten var en regional trafiksamordnare.

Sammanfattningvis går trafik- och infrastrukturbolagen relativt dåligt, tre av de fem bolag det finns uppgifter för har en negativ nettomarginal. Endast moderbolagsgruppen är sämre i detta avseende. Omsättningen ökar totalt sett med fyra procent. Om man tar bort det största bolaget minskar omsättningen något. Omsättningen minskar även för hälften av bolagen.

Trafik- och infrastruktur skiljer sig åt avseende kundgrupperna beroende på en trafikentreprenad där beställaren är ett regionalt kollektivtrafiksamarbete.

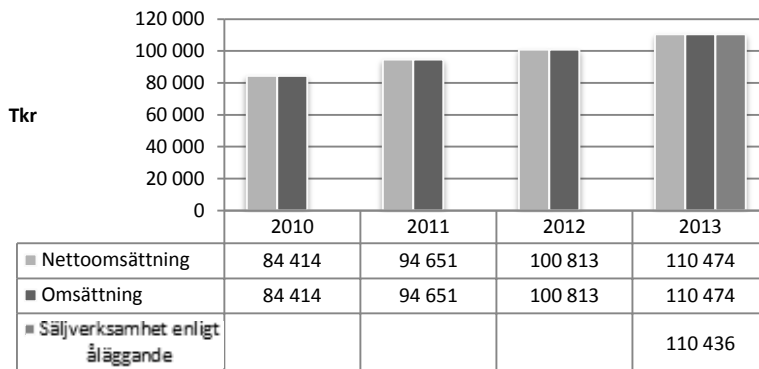
3.9 Parkeringsbolag

I kartläggningen förekommer tre parkeringsbolag som utöver parkeringar ägnar sig åt viss uthyrning och vissa andra tjänster, till exempel administration av torghandel. Omsättningen för de tre bolagen ökar från 84 miljoner kronor år 2010 till 110 miljoner kronor år 2013, vilket motsvarar 31 procent. De enskilda ökningarna ligger på mellan 20 procent och 37 procent.

Bolagens sammanlagda försäljningsintäkter för år 2013 uppgår till 110 miljoner kronor. Prissättning av parkeringsplatser i en kommun sker ur trafikregleringssynpunkt, vilket skiljer sig från både självkostnadsprincipen och affärsmässig grund. Bestämmelserna för prissättning av parkeringsplatser finns i 2 § lagen (1957:259) om rätt för kommun att ta ut avgift för vissa upplåtelse av offentlig plats, med mera. Här föreskrivs även att likställighetsprincipen inte behöver tillämpas, bland annat då det gäller boendeparkering och parkering för rörelsehindrade personer. Att parkeringsavgifterna bestäms ur trafikregleringssynpunkt innebär att ekonomiska vinstsyften inte får ligga till grund för parkeringsavgiften. En kommun får därmed inte höja parkeringsavgiften enbart på grunden att det skulle medföra en högre vinst för parkeringsbolaget.⁷⁸ Parkeringsbolagen ägnar sig dock även åt annat än ren parkeringsverksamhet. I dessa fall borde de ordinarie kommunalrättsliga principerna vara utgångspunkt vid prissättning.

⁷⁸ Bohlin (2007), s. 173.

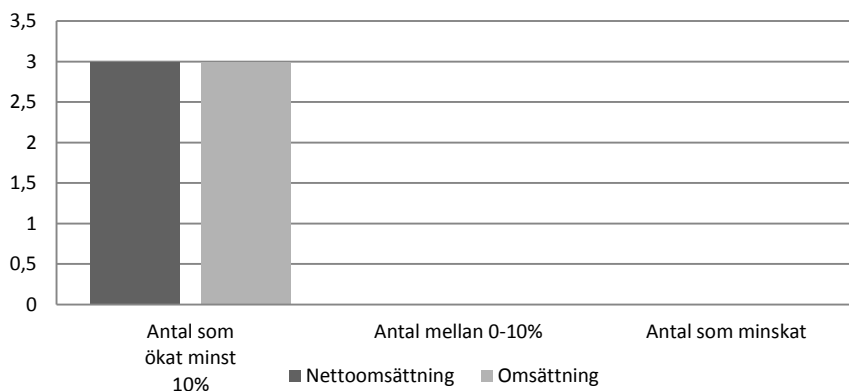
Figur 3.9.1 Utveckling av omsättning och nettoomsättning för övriga parkeringsbolag åren 2010–2013 samt försäljning enligt enkätsvar för år 2013 (tkr)



Källa: Infotorg och Konkurrensverket

Samtliga tre parkeringsbolag har ökat omsättningen med minst tio procent mellan åren 2010–2013.

Figur 3.9.2 Förändring av omsättning för parkeringsbolag mellan åren 2010–2013 i grupperad form



Källa: Infotorg

Av totalt 14 miljoner kronor i resultat efter finansiella poster för parkeringsbolagen år 2013 går nästan hela beloppet i koncernbidrag. Den genomsnittliga nettomarginalen för parkeringsbolag ligger åren 2010 och 2011 på knappt 20 procent för att de två senaste åren sjunka ner till mellan 10 och 15 procent. I figuren nedan ser man att alla tre parkeringsbolag har en positiv nettomarginal och att den varierar mellan 0–30 procent.

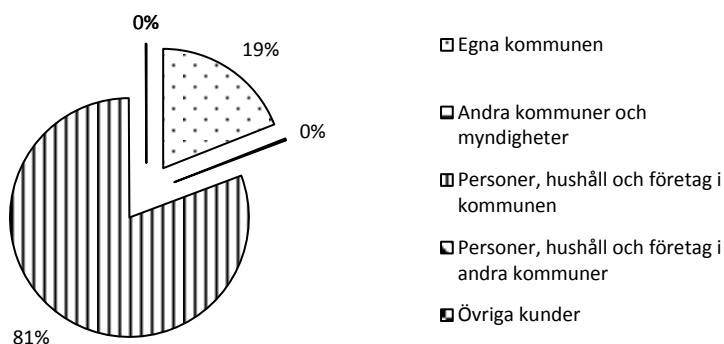
Figur 3.9.3 Fördelning av parkeringsbolag utifrån nivå på nettomarginalen åren 2010–2013



Källa: Infotorg

Parkeringsbolagens sammanlagda försäljningsintäkter uppgick till 110 miljoner kronor för 2013. Den största kundgruppen var personer, hushåll och företag i den egna kommunen. Denna grupp stod för 89 miljoner kronor (ca 81 procent) av försäljningsintäkterna. Den näst största kundgruppen var den egna kommunen, som stod för 21 miljoner kronor (ca 19 procent) av försäljningsintäkterna.

Figur 3.9.4 Försäljningsintäkter för parkeringsbolag efter kundgrupp

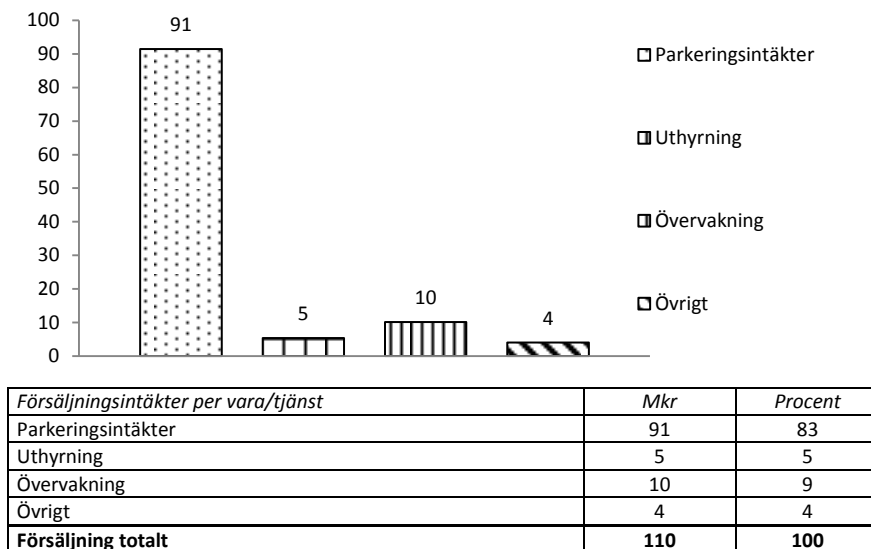


Försäljningsintäkter per kundgrupp	Mkr	Procent
Egna kommunen	21	19
Andra kommuner och myndigheter	0,3	0
Personer, hushåll och företag i kommunen	89	81
Personer, hushåll och företag i andra kommuner	0,1	0
Övriga kunder	0	0
Försäljning totalt	110,4	100

Källa: Konkurrensverket

Den största delen av intäkterna, 91 miljoner kronor (83 procent), kommer från parkeringsintäkter. Utöver dessa intäkter har bolagen även intäkter från parkeringsövervakning på 10 miljoner kronor, diverse uthyrning på 5 miljoner kronor och från övriga tjänster på 4 miljoner kronor. De övriga tjänsterna består bland annat av intäkter för skyltar, reklamplatser, torghandelsadministration och bokföringsarvoden. Uthyrningen består bland annat av lokal- och lägenhetsuthyrning.

Figur 3.9.5 Fördelning av parkeringsbolags försäljningsintäkter efter vara och tjänst (mkr)

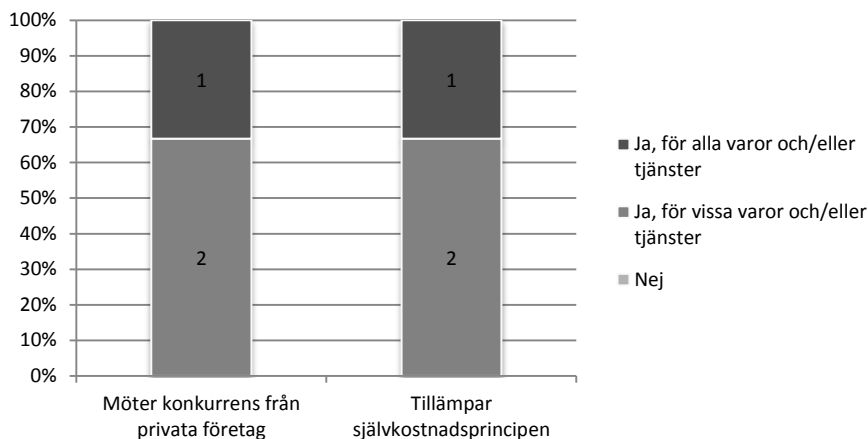


Källa: Konkurrensverket

Ett av tre bolag i kartläggningen uppger att det tillämpar självkostnadsprincipen vid prisberäkningen för samtliga tjänster. Två av bolagen uppger att de tillämpar självkostnadsprincipen vid prisättning av vissa tjänster.

Resultatet är detsamma vad gäller frågan om bolagen anser sig möta konkurrens från privata alternativ. Ett av bolagen möter konkurrens från privata företag för alla tjänster medan två av bolagen möter konkurrens från privata företag gällande vissa tjänster.

Figur 3.9.6 I vilken omfattning parkeringsbolagen möter konkurrens samt tillämpar självkostnadsprincipen



Källa: Konkurrensverket

Sammanfattningsvis kan man konstatera att parkeringsbolagen är den grupp som går bäst. Alla bolag går med vinst och den genomsnittliga nettomarginalen ligger på 1, 10 och 25 procent. Nettoomsättningen ökar med mellan 20–36 procent för samtliga tre bolag.

3.10 Fritidsanläggningsbolag

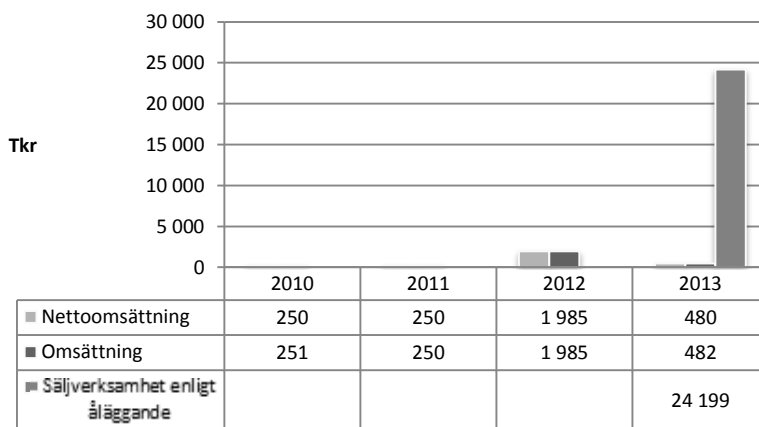
I kartläggningen förekommer tre fritidsanläggningsbolag. Två av bolagen är kommunala badhus medan det tredje är en motorbana. Gruppens sammanlagda försäljningsintäkter uppgår till 24 miljoner kronor. Därutöver driver ett av de övriga fastighetsbolagen (se avsnitt 3.5) en skidanläggning. Försäljningsintäkterna från denna redovisas dock inom gruppen för övriga fastighetsbolag.

Av de tre bolagen i gruppen för fritidsanläggningar är det endast två som har omsättning under perioden varav den ena endast för

de två senaste åren. Förändringen sedan år 2010 för det bolag som har ett redovisat värde från den perioden, innebär en ökning av nettoomsättningen med 17 procent.

Det handlar om mycket små bolag med omsättning på endast några hundra tusen förutom för år 2012 då omsättningen var totalt två miljoner kronor. Det bolag som inte visar någon omsättning i årsredovisningen har redovisat en försäljning på knappt 24 miljoner till Konkurrensverket. Tillsammans med de två övriga bolagen hamnar försäljningen på drygt 24 miljoner kronor.

Figur 3.10.1 Utveckling av omsättning och nettoomsättning för övriga fritidsanläggningsbolag åren 2010–2013 samt försäljningsintäkter för år 2013 (tkr)

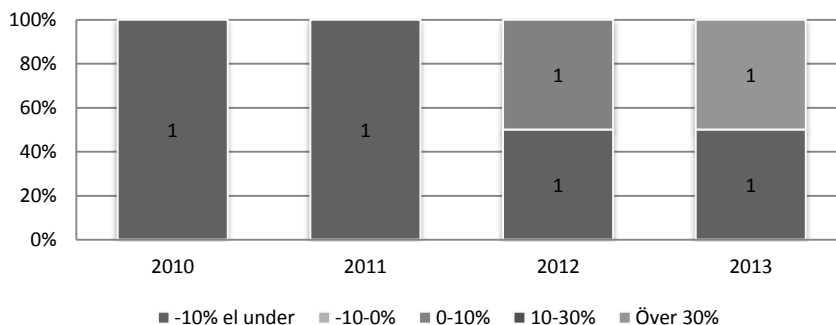


Källa: Infotorg och Konkurrensverket

I figuren nedan kan man se att ett bolag har en negativ nettomarginal och ett bolag har en positiv nettomarginal. Det tredje

bolaget som vi hade fått en rapporterad försäljningssumma från i åläggandet har ingen nettomarginal.

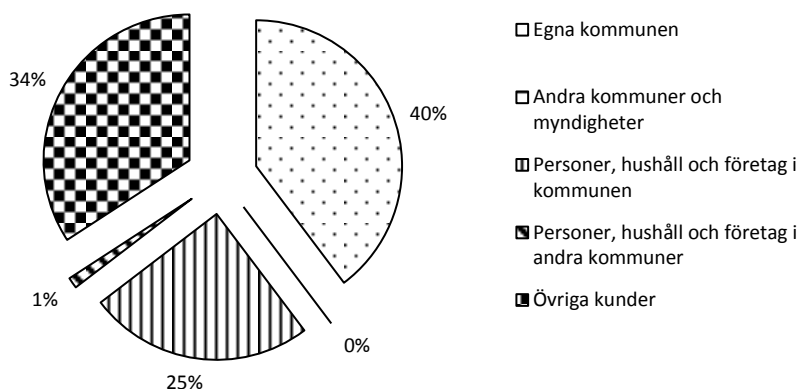
Figur 3.10.2 Fördelning av bolagsgruppen fritidsanläggningar grupperat efter nivå på nettomarginal för åren 2010–2013.



Källa: Konkurrensverket

Den egna kommunen utgör den största kundgruppen med försäljningsintäkter på tio miljoner kronor (41 procent). Den näst största kundgruppen utgörs av övriga kunder med försäljningsintäkter på åtta miljoner kronor (34 procent). Det är ett och samma bolag som står för all försäljning till övriga kunder. Det bolaget är en kommunal badanläggning. Som skäl för att bolaget inte har fördelat försäljningsintäkterna på övriga kundgrupper har bolaget angett att det inte har möjlighet att kontrollera vem som köper tjänsterna bad, träning eller relax. Den tredje största kundgruppen är personer, hushåll och företag i den egna kommunen. Denna grupp står för försäljningsintäkter på 6 miljoner kronor (25 procent).

Figur 3.10.3 Försäljningsintäkter för fritidsanläggningsbolag efter kundgrupp



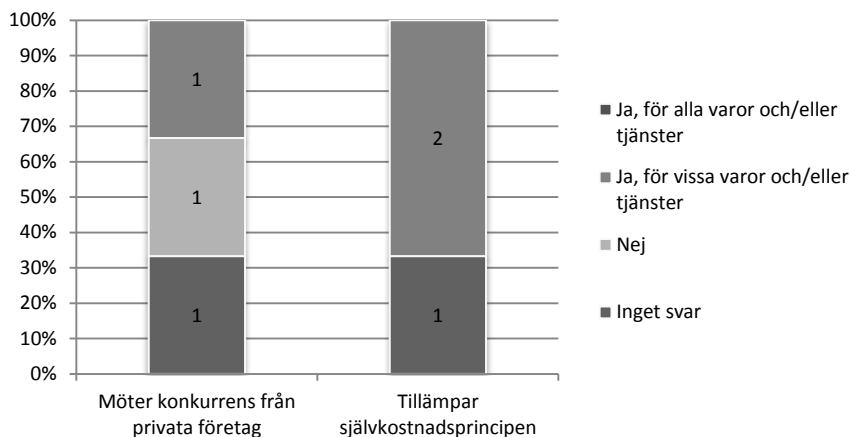
Försäljningsintäkter per kundgrupp	Mkr	Procent
Egna kommunen	10	40
Andra kommuner och myndigheter	0	0
Personer, hushåll och företag i kommunen	6	25
Personer, hushåll och företag i andra kommuner	0,3	1
Övriga kunder	8	34
Försäljning totalt	24,3	100

Källa: Konkurrensverket

Två av de tre fritidsanläggningsbolagen har uppgett att de tillämpar självkostnadsprincipen vid prisberäkningen av vissa varor. Det tredje bolaget har inte lämnat något svar på frågan.

På frågan om bolagen möter konkurrens från privata företag svarar fritidsanläggningsbolagen olika. Ett bolag möter ingen konkurrens från privata företag, ett bolag möter konkurrens från privata företag gällande vissa tjänster, medan ett bolag inte har lämnat något svar.

Figur 3.10.4 I vilken omfattning fritidsanläggningsbolagen möter konkurrens samt tillämpar självkostnadsprincipen



Källa: Konkurrensverket

Sammanfattningsvis kan man konstatera att det finns vissa svårigheter att prognostisera hur fritidsanläggningsbolagen kommer att gå baserat på befintligt underlag. Detta eftersom ett av bolagen nyligen har ombildats och börjat bedriva badhusverksamhet i aktiebolagsform. Ett av de andra bolagen håller dessutom på att uppföra en badhusanläggning och det är därför svårt att dra slutsatser om hur bolaget kommer gå ekonomiskt när anläggningen är färdigställd. Det är dock sannolikt att omsättningen kommer att öka.

Ett av bolagen har uppgett att det säljer bland annat tränings- och relaxtjänster. För närvarande ligger ett ärende för prövning i Marknadsdomstolen. Ärendet rör om en kommunal aktörs

försäljning av gym- och spatjänster kan medföra att konkurrensen hämmas eller snedvrids på en marknad.⁷⁹

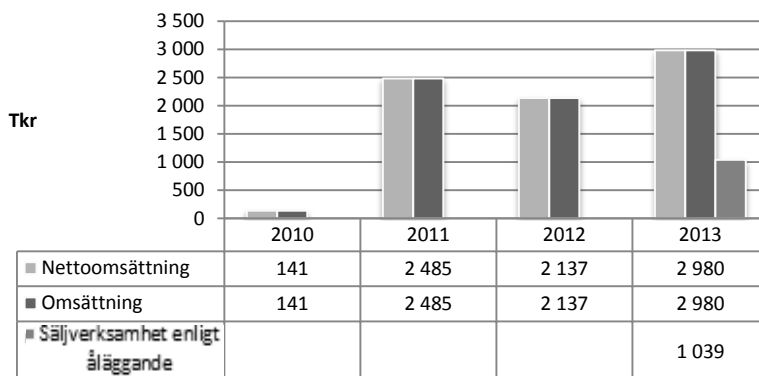
3.11 Informations- och konsultbolag

Den sista gruppen i kartläggningen består av två bolag. Föremålet för verksamheten i ett av bolagen är att sälja kommunal kompetens och kommunala innovationer i nära samverkan med kommunens verksamheter och bolag samt det lokala näringslivet. Bolagets försäljningsintäkter uppgick under år 2013 till en miljon kronor och bestod av konsulttjänster och licensintäkter. 200 000 kronor av försäljningen kom från den egna kommunkoncernen och 800 000 kronor från andra kommuner och myndigheter. Ett av bolagen har uppgett att det var vilande under 2013 och att det därför inte hade någon försäljning. Av bolagsordningen framgår det att bolagets verksamhet är att bedriva försäljning avseende service-, utbildnings- och informationstjänster samt projektledning till kommunen och till kommunens hel- eller delägda bolag.

Övriga bolag består i praktiken av ett bolag eftersom det andra bolaget endast hade en liten omsättning år 2010. Nettoomsättningen har mångfaldigats sedan år 2010, dock från mycket låga nivåer.

⁷⁹ Marknadsdomstolens målnummer A 5/14, Konkurrensverket mot Aktiebolaget Strömstads Badanstalt.

Figur 3.11.1 Utveckling av omsättning och nettoomsättning för informations- och konsultbolag åren 2010–2013 samt försäljning enligt enkätsvar för år 2013 (tkr)



Källa: Infotorg

Nettomarginalen var år 2010 minus 164 procent. Den gick sedan upp till strax under noll och landade för år 2013 på en lätt positiv vinstmarginal. Två bolag hade år 2010 en nettomarginal som var sämre än minus tio procent. År 2013 var nettomarginalen positiv för ett av bolagen.

Figur 3.11.2 Fördelning av informations- och konsultbolag grupperat efter nivå på nettomarginal för åren 2010–2013



Källa: Infotorg

Ett av bolagen har uppgett att det tillämpar självkostnadsprincipen vid försäljning av samtliga varor och tjänster medan det andra bolaget, som inte bedrev någon försäljning, inte har svarat.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att det är svårt att dra några ekonomiska slutsatser för informations- och konsultbolagsgruppen då endast ett av de två bolagen hade någon försäljning år 2013. Man kan dock konstatera att verksamhetsinriktningarna i bolagen skiljer sig från övriga bolag i kartläggningen och att gruppen i den bemärkelsen är unik.

4 Slutsatser

Inledning

Nästan 80 procent av försäljningsintäkterna för de kommunala bolag som ingår i studien kommer från andra än den egna kommunen och drygt 60 procent av bolagen upplever konkurrens. Detta talar för att det finns en hel del marknader där privata företag möter en offentlig aktör som konkurrent. De kommunala företagen blir allt fler och omsättningen minskar inte. Det är därför inte troligt att konfliktytan mellan privata företag och offentlig aktörer kommer att minska, utan den kommer snarare att bestå och sprida sig till fler områden.

I kartläggningen har det kommit fram att kommunala bolag tillämpar olika, och ibland felaktiga, prissättningsprinciper. En stor del av de kommunala bolagen tillämpar även olika prissättningsprinciper beroende på vilken vara eller tjänst bolaget säljer. Det förekommer också att bolagen går med förlust och får koncernbidrag. Kännedomen om i vilken omfattning den egna försäljningen möter konkurrens verkar variera kraftigt mellan bolagen. Även graden av vinst eller förlust skiljer sig åt. Detta medför att det kan vara svårt att förutse hur det kommunala bolaget agerar. Bristande förutsebarhet kan inverka negativt på konkurrensen och medför ett behov av tydliga spelregler.

Konfliktytan mellan offentliga aktörer och privata företag

Avsikten med kartläggningen var att identifiera och kvantifiera konfliktytorna mellan privat och offentlig näringsverksamhet genom att undersöka kommunala bolags försäljning.

De kommunala bolag som ingick i kartläggningen har själva rapporterat in försäljningsintäkter på drygt 13 miljarder för år 2013. De bolag som i kartläggningen uppgett att de möter konkurrens från privata företag står för närmare 12 miljarder, motsvarande 90 procent av försäljningsintäkterna i kartläggningen. I denna siffra ingår även bolag som möter konkurrens gällande vissa varor eller tjänster.

Drygt tre miljarder av försäljningen, vilket motsvarar 23 procent, kommer från elnätverksamhet, fjärrvärme och de kommunala VA-näten. Denna försäljning sker i legala och naturliga monopol och därmed uppstår ingen konkurrenssituation med privata företag. Räknar man bort denna försäljning återstår drygt tio miljarder av bolagens totala försäljningsintäkter. Fjärrvärmens och elnätverksamheten är även redovisningsmässigt separerad, vilket medför att man kan skala bort dessa vid bedömningen av konfliktytan.

Försäljningsintäkterna för de bolag som möter konkurrens gällande *samtliga* varor eller tjänster uppgår till 6 191 miljoner kronor, vilket motsvarar närmare 47 procent av samtliga försäljningsintäkter i kartläggningen. Av de bolag som möter konkurrens avseende samtliga varor eller tjänster tillämpar nio bolag självkostnadsprincipen vid prissättningen av samtliga varor eller tjänster. Försäljningsintäkterna för dessa bolag uppgår till 777 miljoner kronor, något som motsvarar 5,9 procent av de totala försäljningsintäkterna.

Beroende på hur man räknar så skiftar storleken på konfliktytan mellan de kommunala bolagen och de privata företagen. Vi kan dock konstatera att den är betydande.

Konfliktytan mellan kommunala och privata företag får anses ha ökat om man ser till hur omsättningen har utvecklats för de bolag

som ingår i kartläggningen. Omsättningen för dessa bolag har i genomsnitt ökat med sju procent mellan åren 2010–2013.

Omsättningen har dock inte utvecklats på samma sätt för samtliga kommunala företag på nationell nivå. Mellan 2010–2012 ökade omsättningen för samtliga kommunala företag med en procent. Antalet kommunala företag ökade med närmare sju procent, från 1 622 stycken till 1 733 stycken.

Detta tyder på att konfliktytan har diversifierats och att konfliktytor kan ha uppstått på andra marknader, både geografiskt och produktmässigt. Omsättningen tyder även på att konfliktytan består rent kvantitativt.

Detta får anses spegla den utveckling som redogjordes för i avsnitt 2.1, det vill säga att offentliga aktörer i ökad utsträckning börjat bedriva näringsverksamhet på områden där det finns privata aktörer, samtidigt som avregleringar och ökad konkurrensutsättning av offentlig kärnverksamhet medfört att privata företag fått tillträde till områden som tidigare har varit förbehållna kommunal egenregi.

En fjärdedel av bolagen, vilka står för närmare sex miljarder kronor av försäljningsintäkterna, har uppgett att de möter konkurrens vid försäljning av vissa varor och tjänster. Det finns därmed en osäkerhetsfaktor för storleken på konfliktytan mellan privata och kommunala företag. Denna gråzon förtjänar att undersökas närmare.

I vilken omfattning bolagen upplever konkurrens

Drygt 60 procent av bolagen i kartläggningen möter konkurrens från privata företag. Dessa bolag står för 90 procent av försäljningsintäkterna för samtliga bolag i kartläggningen.

Kartläggningen visar att de allmännyttiga bostadsbolagen, näringslivsfrämjande bolagen, övriga fastighetsbolagen samt parkeringsbolagen upplever konkurrens i störst omfattning. Delar av dessa bolagsgruppers försäljning ska ske med affärsmässig grund som utgångspunkt. Från lagstiftarens sida har en av anledningarna till att bolagen ska drivas på affärsmässig grund varit att bolagen verkar på konkurrensutsatta marknader och inte ska agera konkurrenssnedvridande.⁸⁰ Liknande regleringar finns även för försäljning av el, biogas och fjärrvärme.

Det är viktigt att de kommunala bolagen har en medvetenhet om att de konkurrerar med privata aktörer på en marknad, för att inte riskera att de snedvrider eller hämmar konkurrensen.

14 bolag har inte svarat på frågan om de möter konkurrens från privata företag. Sex av dessa bolag har redovisat försäljningsintäkter, vilket får anses tyda på att bolagen har dålig kännedom om konkurrensförhållandena på den marknad där de agerar.

I kartläggningen uppgav 28 procent av bolagen att de överhuvudtaget inte möter konkurrens från privata företag. Bland dessa bolag finns flera exempel på bolag som typiskt sett möter konkurrens. Även detta tyder på dålig kännedom om konkurrensförhållandena.

⁸⁰ Jfr. prop. 2009/10:185 s.46.

Ett exempel är de turismsinriktade bolagen, vilka givetvis kan påverka det privata näringslivet positivt om de lockar fler turister till kommunen. I denna bolagsgrupp har alla bolag ökat sin nettoomsättning med minst tio procent under mätperioden. Det är också en bolagsgrupp där mer än hälften av bolagen har en negativ nettomarginal. Upplevelsen av konkurrens är dock bland de lägsta i kartläggningen, samtidigt som man har angett flera tjänster som typiskt sett erbjuds av privata företagare. En omedvetenhet om att man möter konkurrens kan leda till att bolaget oavsiktligt tränger bort privata alternativ. Att vid sidan av en stor anläggning själv investera i service som lokala företagare skulle kunna driva kan ha en undanträngande effekt. Expansiva företag utan marknads-känedom kan av oaktsamhet skada mindre aktörer på marknaden.

Bolagens resultat

Mellan åren 2010–2013 har bolagen i kartläggningen som helhet gått med vinst. Nettomarginalen har under denna period legat på mellan fem och sju procent och på det stora hela förbättrats under perioden. Samtliga bolag har dock inte positiva resultat. Tolv bolag har de senaste fyra åren haft en nettomarginal på minus tio procent eller sämre.

Av de bolag som möter konkurrens går 16 procent med förlust. Av de bolag som inte möter konkurrens går drygt 31 procent med förlust. Den första kategorin får anses särskilt problematisk. Att bolag som möter konkurrens uppvisar negativt resultat är ägnat att tränga undan privata företag. Detta kan vara problematiskt även av följande skäl.

Ett skäl är att de aktuella marknadsförutsättningarna snedvrids om ett kommunalt bolag tillåts gå med förlust på ett sätt som inte är

möjligt för en privat aktör. Det blir ojämlika spelregler på den aktuella marknaden.

Ett annat skäl är att det medför ett negativt signalvärde. För att konkurrensen ska fungera effektivt är det viktigt att möjligheten till vinst uppfattas som en realitet för marknadsaktörerna. Drivkraften bakom innovationer, produktutveckling och etablering av ny verksamhet är därmed utsikterna att kunna skörda frukterna av en ekonomisk satsning. För privata företag utgör drivkraften nästan undantagslöst vinst.

Att ägarna till de kommunala bolagen tillåter dessa att gå med förlust kan sända signaler till privata företagare att det är olönsamt med etablering och innovation inom ett visst område. Man riskerar en situation där konkurrens uteblir och slutkundernas valmöjligheter begränsas.

Givetvis finns det även fall där det trots efterfrågan från kommunmedborgarna saknas ett kommersiellt utbud. Detta kan leda till att en kommunal aktör engagerar sig oavsett om verksamheten bär sig ekonomiskt eller inte.

Även om det inte går att dra några långtgående slutsatser eftersom effekterna inte har analyserats i det enskilda fallet kan vi konstatera att de negativa resultaten är oroande.

De tekniktunga bolagen och de allmännyttiga bostadsbolagen är störst både till antalet bolag och till försäljningsintäkter. Bolagsgrupperna står tillsammans för drygt 80 procent av de totala försäljningsintäkterna för bolagen i kartläggningen. Bolagen förefaller dessutom gå relativt väl. Av totalt 65 bolag i dessa två bolagsgrupper var det endast sju som hade en negativ nettomarginal för år 2013. 20 bolag hade en nettomarginal som översteg tio procent.

Mot ovanstående bakgrund kan man därmed dra slutsatsen att dessa två bolagsgrupper är viktiga för kommunerna, både vad det gäller mervärdet för kommunmedborgarna och vad det gäller de varor och tjänster de erbjuder samt de ekonomiska vinster de ger kommunerna.

I vilken omfattning bolagen tillämpar självkostnadsprincipen

I kartläggningen är det endast åtta procent av bolagen som uppgett att de inte tillämpar självkostnadsprincipen, medan en dryg fjärdedel har svarat att de tillämpar självkostnadsprincipen vid all prissättning. Över hälften av bolagen har uppgett att de tillämpar självkostnadsprincipen vid prisberäkning av vissa varor eller tjänster. Dessa bolag tillämpar därmed minst två prissättningsprinciper vid prisberäkningen av de varor och tjänster de säljer. Försäljningsintäkterna från dessa bolag uppgår till närmare tio miljarder kronor, vilket motsvarar cirka 75 procent av försäljningsintäkterna i kartläggningen.

I dessa fall kan det vara svårt för den privata konkurrenten att förutse grunderna för hur det kommunala bolaget sätter priserna för de varor eller tjänster de konkurrerar med. Detta kan medföra en bristande tilltro att en korrekt prissättning tillämpats av det kommunala bolaget.

Flera bolag i studien som inte verkar inom något av de områden som är undantagna från självkostnadsprincipen har ändå angett att de inte använder sig av självkostnadsprincipen vid prissättningen, utan att de tillämpar en marknadsmässig prissättning. Det förekommer även bolag som uppgett att de prissätter enligt själv-

kostnadsprincipen trots att de ska tillämpa priser baserade på affärsmässig grund.

Ett exempel är de näringslivsfrämjande bolagen. Dessa bolag får största delen av sina försäljningsintäkter från lokaluthyrning som ska ske på affärsmässig grund. Trots detta tillämpar drygt var femte bolag självkostnadsprincipen för samtliga varor och tjänster bolaget säljer. Man kan även konstatera att bolagen som helhet växer, nästan hälften av bolagen har ökat med minst tio procent sedan år 2010. Mot denna bakgrund är det viktigt att bolagen tillämpar en korrekt prissättning.

Det är problematiskt om kommunala bolag inte följer de prissättningsprinciper de ska följa enligt kommunallagen eller speciallagstiftning. Det medför bland annat att det är oklart vilka spelregler som gäller för bolagens privata konkurrenter.

På en marknad med väl fungerande konkurrens är en utgångspunkt att det är liten skillnad, om ens någon, mellan ett marknadspris och ett självkostnadspris. Samtidigt framgår det av rättspraxis att tillämpningen av självkostnadsprincipen är en konkurrensfördel för en offentlig aktör i förhållande till privata aktörer.⁸¹

Oavsett om självkostnadsprincipen är en fördel eller inte i praktiken, och hur den faktiskt används av de bolag som tillämpar den för vissa varor eller tjänster, så medför den tudelade tillämpningen oklara spelregler för privata företagare.

⁸¹ Jfr. Stockholms tingsrätts dom den 31 mars 2014 i mål T 911-12, s. 84 f.

Vissa fall av otydlig redovisning

Bolagen i kartläggningen har rapporterat in uppgifter med olika exakthet. Vissa bolag har lämnat mycket detaljerade uppgifter. Andra bolag har lämnat uppgifter på en lägre detaljnivå och i vissa fall har uppgifterna lämnats på ett sätt som framstår som grovt sammanslaget. Detta gäller både vilka varor och tjänster bolaget säljer och vilka kundgrupper bolagen säljer tjänsterna eller varorna till. I vissa fall har uppgifterna varit mycket bristfälliga vilket föranlett Konkurrensverket att begära in förtydliganden.

Tar man till exempel de bolag som bedriver elnätsverksamhet och fjärrvärmeverksamhet har de i regel redovisat intäkterna förhållandevis detaljerat. Mot bakgrund av den tydliga redovisningen och att dessa verksamheter ska särredovisas och drivas på legala och naturliga monopolmarknader kan de därigenom skalas bort från konfliktytan.

Ser man på de intäkter som härrör från avfall är de inte redovisade på ett detaljerat sätt, vare sig i enkätsvaren till Konkurrensverket eller i årsredovisningarna. Det är därför svårt att utläsa hur stor del av försäljningsintäkterna som härrör till det kommunala avfallsmonopolet gällande hushållsavfall och från annan avfallsverksamhet. För en extern aktör kan detta bidra till en misstanke om kors-subsventioneringar, oavsett om sådana de facto förekommer.

En möjlig slutsats man kan dra av att vissa bolag haft svårigheter att redovisa försäljningsintäkterna på det sätt som Konkurrensverket önskar, kan vara att bolagen inte har redovisningssystem som är anpassade för säljverksamhet på konkurrensutsatta marknader.

I vilken utsträckning bolagen särredovisar sin konkurrensutsatta verksamhet har dock inte varit föremål för närmare undersökning inom ramen för denna kartläggning.

De allmännyttiga bostadsbolagen står för en stor del av försäljningsintäkterna för bolagen i kartläggningen och det får antas att den största delen av dessa försäljningsintäkter kommer från bostadsuthyrning. Bolagen har i flera fall inte preciserat vilken uthyrning det rör sig om. Denna försäljning uppgår till drygt 60 procent av de allmännyttiga bolagens försäljning. Detta gör det svårt att avgöra hur stor del av bolagens intäkter som kommer från allmännyttig bostadsuthyrning som ska ske på affärsmässig grund.

Vad bolagen säljer och till vem

Bolagen i kartläggningen är verksamma inom en rad olika områden. Bolagen säljer fjärrvärme och el samt bedriver elnäts- och bredbandsverksamhet. De har ansvar för insamling och omhändertagande av avfall samt det kommunala VA-nätet. Bolagen har ett allmännyttigt uppdrag att hyra ut bostäder till kommunmedborgarna och hyr även ut lokaler till företag. Bolagen ägnar sig åt näringslivsfrämjande verksamhet och olika former av turismverksamhet – både att locka turister till kommunen och att driva turistanläggningarna. Bolagen har även ansvar för fritidsanläggningar. Bolagen bedriver parkering, flygplatser, hamnar och ägnar sig åt busstrafik. Därtill förekommer det att bolagen är rena moderbolag i kommunkoncerner samt att bolagen har en informations- och konsultroll inom den kommunala förvaltningen.

Spännvidden på de varor och tjänster bolagen säljer är stor. Vad gäller större intäktsposter sticker uthyrning av bostäder och lokaler samt fjärrvärme ut som tjänster från vilka bolagen har störst försälj-

ningsintäkter. I de fall bolagen bedriver elhandel är även denna tjänst i regel av större omfattning. Därutöver framgår det att bolagen får förhållandevis stora intäkter från renhållning, avfall och VA. Det förekommer även att bolagen säljer varor och tjänster, vilka får anses vara mindre typiska om man ser på det kommunala uppdraget ur en snävare vinkel. Dessa intäktposter är i regel mindre och kan bland annat utgöras av intäkter från marmeladförsäljning, traktortjänster, matjord, serverhallar, redovisningsprogram, badkläder med mera. Mellan motpolerna som redovisas ovan finns en rad varor och tjänster; vissa hör till kommunernas ordinarie uppgifter, vissa till de frivilliga uppgifterna och vissa uppgifter kan vara svåra att hänföra till någon av dessa grupper utan faller utanför vad som normalt skulle räknas till den kommunala kompetensen. Kompetensfrågan är dock något som avgörs beroende på de specifika förutsättningarna i varje enskilt fall.

Ser man till vem de kommunala bolagen bedriver sin försäljning så kan man konstatera att 78 procent av försäljningen bedrivs till annan än den egna kommunen. Den absolut största delen av försäljningen sker till personer, hushåll och privatpersoner i den egna kommunen. Denna kundgrupp står för två tredjedelar av försäljningsintäkterna. Att en så stor del av försäljningsintäkterna sker till denna kundgrupp kan bland annat förklaras av den förhållandevis intäktbringande försäljningen av fjärrvärme samt uthyrningen av bostäder. Den försäljning som sker till denna kundgrupp, som inte är del av kommunens obligatoriska verksamhet, utgör troligtvis en stor del av konfliktytan mellan privata och kommunala företag.

I vilken omfattning bolagen lämnar anbud i offentliga upphandlingar

I kartläggningen fanns inledningsvis en hypotes att kommunala bolag lämnar anbud i offentliga upphandlingar utanför den egna kommunkoncernen, vilket kan vara en indikator på hur kommersiellt ett bolag är.

Vi kan konstatera att en relativt liten del av bolagen i kartläggningen har uppgett att de lämnat anbud i offentliga upphandlingar efter den 1 januari 2010. Endast 15 av 135 bolag uppgav att de har lämnat anbud. Av de redovisade anbuden framgår det att tio anbud lämnats i upphandlingar utanför den egna kommunkoncernen. Av de bolag som uppgett att de har lämnat anbud ska flera bedrivas på affärsmässiga grunder utan tillämpning av lokaliseringsprincipen. Att lämna anbud i upphandlingar får anses ligga linje med detta.

Anbudslämnande i andra myndigheters upphandlingar är en del av konfliktytan och det är därför viktigt med en korrekt prissättning. En underprissättning skulle på sikt kunna leda till att privata företag trängs undan och slås ut.

I den upphandlingsdatabas som Konkurrensverket har gjort sökningar i fann vi sju bolag som har lämnat anbud i offentliga upphandlingar men som inte har lämnat in denna uppgift till Konkurrensverket. Därmed har åtminstone 22 bolag lämnat anbud i offentliga upphandlingar. Mot bakgrund av att upphandlingsdatabasen inte är fullständig, endast 66 procent av de bolag som själva uppgett att de lämnat anbud gick att finna, så finns det ett mörkertal för i vilken omfattning bolagen lämnar anbud. Det är därför svårt att ha någon klar uppfattning kring denna indikator.

Orsakerna till varför bolagen inte angett att de har lämnat anbud, trots att så är fallet, har inte undersökts i kartläggningen.

Avslutning

Inledningsvis redogjordes det för att privata företagare upplever att de är utsatta för betydande konkurrens från offentliga aktörer samt att konkurrenstrycket från offentlig sektor har ökat de senaste åren.

Resultatet av kartläggningen bekräftar denna bild. Även de kommunala bolagen upplever att de möter konkurrens från privata företag i förhållandevis stor omfattning. Mot bakgrund av att de kommunala företagen blir fler, och att omsättningen för företagen inte minskar, är det även troligt att konkurrenstrycket från offentliga aktörer ökar.

Av de bolag som i Lundbäck och Daunfeldts (2013) rapport svarat att de möter konkurrens från kommunala bolag anser en stor del att de kommunala bolagen får stöd från det offentliga som snedvrider konkurrensen, vilket framförallt yttrar sig i att kommunala bolag kan ta ut lägre priser.⁸² Målet med kartläggningen har inte varit att göra några analyser av hur de kommunala bolagens agerande påverkar konkurrensen i de enskilda fallen på de marknader där de är aktiva. Vi kan dock konstatera att en rad kommunala bolag har en tudelad prissättning eller i vissa fall tillämpar en prissättning som inte nödvändigtvis har stöd i kommunallagen eller speciallagstiftning.

Enligt Konkurrensverkets kännedom finns få publicerade utredningar där effekterna av kommunal prissättning har analyserats.

⁸² Lundbäck och Daunfeldt (2013), s. 38.

Konkurrensverket känner enbart till Statskontorets utvärdering av undantaget för kommunala företag i de fall de ägnar sig åt regional busslinjetrafik.⁸³

Bristen på empirisk forskning på effekterna av hur den kommunala försäljningsverksamheten bedrivs på konkurrensutsatta marknader medför att det är svårt att uttala sig om till exempel självkostnadsprincipen eller affärsmässig grund är effektiva styrmedel för att uppnå väl fungerande marknader till nytta för konsumenterna.

Det är enligt Konkurrensverkets uppfattning angeläget med studier av hur kommunala bolag bedriver sin försäljningsverksamhet och vilka effekter detta medför. En sådan forskning bör ha särskilt fokus på hur konkurrensen påverkar små- och medelstora företag.

⁸³ Statskontoret 2004:24.

Referenser

Offentligt tryck

Propositioner

Prop. 1990/91:117. *En ny kommunallag.*

Prop. 1993/94:188. *Lokal demokrati.*

Prop. 1996/97:136. *Ny ellag.*

Prop. 2008/09:21. *Kommunala kompetensfrågor m.m.*

Prop. 2008/09:231. *Konfliktlösning vid offentlig säljverksamhet på marknaden m.m.*

Prop. 2009/10:185. *Allmännyttiga kommunala bostadsaktiebolag och reformerade hyressättningsregler.*

Statens offentliga utredningar

SOU 1995:105. *Konkurrens i balans - Åtgärder för ökad konkurrensneutralitet vid offentlig prissättning.*

SOU 2000:117. *Konkurrens på lika villkor mellan offentlig och privat sektor.*

Rapporter m.m.

Konkurrensverkets rapportserie (2000:1), *Konkurrensen i Sverige under 90-talet, problem och förslag.*

Konkurrensverkets rapportserie (2004:4), *Myndigheter och marknader – tydligare gräns mellan offentligt och privat.*

Konkurrensverkets rapportserie (2013:10), *Konkurrensen i Sverige 2010.*

Konkurrensverkets uppdragsforskning (2009:5), Indén, T, *Kommunal prissättning i konkurrens – En modifierad underskotts- och självkostnadsprincip.*

Konkurrensverket, Kommunikationsmyndigheten PTS, Sveriges Kommuner och Landsting, *Principer för kommunala insatser på bredbandsområdet, 2010.*

Statistiska centralbyråns statistiska meddelande *Offentligt ägda företag 2007, 2008.*

Statistiska centralbyråns statistiska meddelande *Offentligt ägda företag 2010, 2011.*

Statistiska centralbyråns statistiska meddelande *Offentligt ägda företag 2012, 2013.*

Statskontorets rapport (2004:24), *Bättre konkurrens med kommunala bussbolag? En utvärdering av försökslagen inom busslinjetrafiken.*

Rättspraxis

RÅ 1938 ref. 19.

RÅ 1974 A2082.

RÅ 1977 ref. 77.

Stockholms tingsrätts dom den 31 mars 2014 i mål T 911-12.

Litteratur

BAS, *BAS Nyckeltal – för bättre analys och effektivare ekonomistyrning*, Fjärde upplagan, Norstedts juridik, Vällingby, 2013.

Bohlin, A, *Kommunalrättens grunder*, Femte upplagan, Norstedts juridik, Stockholm, 2007.

Företagarna, *Osund konkurrens – Fortfarande ett problem för små företag*, rapport, 2013.

Hedelin, J, *Kommunal konkurrensrätt*, Norstedts juridik, Vanda i Finland, 2013.

Indén, T, *Kommunen som konkurrent – Kommunalrättsliga befogenheter och konkurrensrättsliga begränsningar*, Iustus Förlag AB, Uppsala, 2008.

Lindquist, U och Losman S, *Kommunallagen – En handbok med lagtext och kommentarer*, digital version den 1 januari 2013 i Zeteo, 14:e upplagan, Norstedts juridik, 2013.

Lindquist, U, *Kommunala befogenheter – En redogörelse för kommuners och landstings allmänna befogenheter enligt lag och rättspraxis*, Sjunde upplagan, Norstedts juridik, Vällingby, 2011.

Laurent, B, *Varför kommunägda bolag?*, Svenskt Näringslivs, 2007.

Lundbäck, M och Daunfeldt, S-O, *Kommunalt företagande som konkurrensbegränsning*, Ratio, 2013.

Internet

BAS-kontogruppen, <http://www.bas.se/kontoplaner.htm>
(2014-11-18)

BAS-kontogruppen, <http://www.bas.se/sru.htm> (2014-11-18)

Sveriges kommuner och landsting,
http://www.skl.se/kommuner_och_landsting/fakta_om_kommuner/kommungruppsindelning (2014-11-18)

Regeringskansliet, <http://www.regeringen.se/sb/d/1906/a/152464>
(2014-11-18)

Bilaga 1 – Konkurrensverkets åläggande



KONKURRENSVERKET
Swedish Competition Authority

ÅLÄGGANDE
2014-06-03 Dnr 344/2014 1 (3)

Avdelningen för tillsyn
Enheten för KOS

Konkurrensverkets kartläggning av kommunala bolags säljverksamheter

Det här är ett åläggande från Konkurrensverket att lämna uppgifter om kommunala bolags säljverksamhet enligt anvisningen nedan. Uppgifterna ska vara Konkurrensverket tillhanda senast den 1 juli 2014.

Uppgifterna ska fyllas i ett svarformulär och lämnas in elektroniskt. Svareformuläret och ytterligare information erhålls på www.konkurrensverket.se/kartlaggningen-KOS.

I Konkurrensverkets uppdrag ingår att uppmärksamma hinder mot en effektiv konkurrens i offentlig och privat verksamhet (4 § förordningen [2007:1117] med instruktion för Konkurrensverket).

Inom ramen för detta uppdrag kartlägger Konkurrensverket kommunala bolags säljverksamhet på konkurrensutsatta marknader. Med försäljning avses härvid sådan verksamhet som omfattas av 1 kap. 5 § konkurrenslagen (2008:579), dvs. verksamhet av ekonomisk eller kommersiell natur.

I undersökningen tillämpas ett systematiskt urval baserat på Sveriges Kommuner och Landstings kommungruppsindelning samt kommunkod. Totalt kommer samtliga kommunala bolag, inklusive dotterbolag, i 29 kommuner att undersökas.

De uppgifter som inhämtas inom ramen för kartläggningen kommer att användas för att beskriva omfattningen av kommunala bolags närvaro på konkurrensutsatta marknader. Resultatet av kartläggningen kommer att publiceras i en rapport.

Konkurrensverket inhämtar uppgifterna genom ett åläggande med stöd av lagen (2010:1350) om uppgiftsskyldighet rörande marknads- och konkurrensförhållanden. Detta innebär att skyldigheten att lämna in uppgifterna kan förenas med vite.

ÅLÄGGANDE
2014-06-03

3 (3)

Konkurrensverket har samrått med Sveriges Kommuner och Landsting i enlighet med förordningen (1982:668) om statliga myndigheters inhämtande av uppgifter från näringsidkare och kommuner.

Konkurrensverket emotser ert svar senast den 1 juli 2014. Svaret ska sändas in per e-post i dataformatet Excel enligt ett svarsformulär. Ange bolagets namn i ämnesraden på e-posten. Svarsformuläret finns tillgängligt på följande adress: www.konkurrensverket.se/kartlaggningen-KOS

Svaret ska i första hand skickas elektroniskt till kartlaggningen@kkv.se. I andra hand går det att skicka uppgifterna på ett USB-minne till Konkurrensverket, 103 85 Stockholm. Märk i sådana fall kuvertet "dnr 344/2014".

Ni ombeds att ange om ni anser att några uppgifter i ert svar bör omfattas av sekretess hos Konkurrensverket enligt offentlighets- och sekretesslagen (2009:400).

Vid frågor med anledning av åläggandet kan ni kontakta projektledaren Martin Bäckström på 08-700 15 58 eller skicka en e-post till kartlaggningen@kkv.se. Ange ärendets diarienummer 344/2014 vid era kontakter med Konkurrensverket.

Efterfrågade uppgifter enligt åläggandet

Inom ramen för åläggandet ska uppgifterna nedan anges eller lämnas in för aktuellt bolag inklusive samtliga dotterbolag. Moderbolag och dotterbolag redovisas på var sin svarsblankett.

- Allmänna uppgifter om bolaget.
- Kontaktuppgifter till uppgiftslämnare.
- Bolagsordning.
- Ägardirektiv eller motsvarande dokument i förekommande fall.
- Följande uppgifter om bolagets försäljning:
 - Samtliga varor/tjänster bolaget säljer.
 - Om det är fråga om vara eller tjänst.
 - Kort beskrivning av varan/tjänsten.
 - Till vem varan/tjänsten säljs enligt fördefinierade kundgrupper¹.
 - Omsättningen per vara/tjänst för redovisningsåret 2013 fördelat per kundgrupp. Ska anges i tusentals kronor (tkr) exklusive moms.

¹ *Kundgrupp 1:* Kommunala förvaltningar i egna kommunen och av egna kommunen andra ägda bolag. *Kundgrupp 2:* Statliga myndigheter, landsting, regioner och andra kommuner. *Kundgrupp 3:* Personer, hushåll och företag i kommunen. *Kundgrupp 4:* Personer, hushåll och privata företag i andra kommuner. *Kundgrupp 5:* Övriga kunder.

- I förekommande fall, uppgifter om skäl för försäljning till:
 - statliga myndigheter, landsting, regioner och andra kommuner,
 - personer, hushåll och privata företag i kommunen,
 - personer, hushåll och privata företag i andra kommuner, och
 - övriga kunder.
- Uppgift om självkostnadsprincipen tillämpas vid prisberäkning av varor och tjänster.
 - Om självkostnadsprincipen inte tillämpas, helt eller delvis, ska principerna för prissättning förklaras.
- Uppgifter om bolaget möter konkurrens från privata företag.
 - Om bolaget delvis möter konkurrens från privata företag ska det redogöras för vilka varor/tjänster detta gäller.
- Om bolaget lämnat anbud i offentlig upphandlingar efter den 1 januari 2010.
 - Om bolaget lämnat anbud ska det anges typ av upphandling och upphandlande myndigheter/enheter.

Hur man överklagar

Detta åläggande kan överklagas hos Marknadsdomstolen enligt 5 § lagen om uppgiftsskyldighet i fråga om marknads- och konkurrensförhållanden. Skrivelsen med överklagandet ska ges in till Konkurrensverket, 103 85 Stockholm, inom tre veckor från den dag ni fick del av åläggandet. I skrivelsen ska anges vilket beslut som överklagas och den ändring i beslutet som begärs.

Detta beslut har fattats av enhetschefen Peter Delden. Föredragande har varit Martin Bäckström.



Peter Delden



Martin Bäckström

Kopia till:
Sveriges Kommuner och Landsting

Bilaga 2 – Kommunförteckning

Följande 29 kommuner ingick i kartläggningen.

Huddinge
Sundbyberg
Svedala
Mölnadal
Kalmar
Borås
Umeå
Mörbylånga
Hammarö
Ydre
Östra Göinge
Orust
Hallsberg
Smedjebacken
Gotland
Berg
Gislaved
Torsås
Hylte
Grums
Köping
Dals-Ed
Strömsund
Enköping
Ronneby
Mark
Hällefors
Hudiksvall
Kiruna

Bilaga 3 – Bolagsförteckning

Följande 135 bolag ingick i kartläggningen.

AB Bostaden i Umeå	Borås Stadshus AB
AB Bostäder i Borås	BoråsBorås TME AB
AB Enköpings Hyresbostäder	Bostadaktiebolaget Svedalahem
AB Gislavedshus	BTEA Energi AB
AB GotlandsHem	Bärkehus AB
AB Hammaröbostäder	Ceiss AB
AB Holmsundsbyggnader	Destination Kalmar AB
AB Hudiksvallsbostäder	Dåva Deponi och Avfallscenter i Umeå AB
AB Lokalen i Umeå	Edshus AB
AB Ronneby Industrifastigheter	ENA Energi AB
AB Ronnebyhus	Fastighets AB Förvaltaren
AB Sandhultsbostäder	Fastighets AB Gylis
AB Servicebostäder i Umeå	Fiberstaden AB
AB Toarpshus	Forsså Gruppen AB
AB Östra Göinge Fastigheter Nr 1	Frakten i Umeå AB
Affärsfastigheter i Mölndal AB	Fristadbostäder AB
Aktiebolaget Ronneby Helsobrunn	Förvaltaren HBC AB
A-Ringen AB	Förvaltaren Lokalfastigheter i Sundbyberg AB
Bergab AB	Gislaved Energi AB
Bergs Hyreshus AB	Gislaved Energiring AB
Bergs Tingslags Elektriska AB	Gislaveds Industrilokaler AB
Borås Djurpark AB	Gotlands Filmfond AB
Borås Elnät AB	Gotlands Näringslivs och Etableringsservice AB
Borås Energi och Miljö AB	GotlandsHem Värme AB
Borås kommuns Parkerings AB	Grums Hyresbostäder AB
Borås Lokaltrafik AB	Gunnebo Slott och Trädgårdar AB
Borås Stad Textile Fashion Center AB	Göingehem AB

Hallsbergs Fastigheter 1 AB
Hallsbergs Industribyggnads AB
Hammarö Energi
Handelsbolaget Telemarken i Kalmar
Hudiksvalls Näringslivs AB
Huge Fastigheter AB
Hällefors Bostads AB
Hörnefors Företagscentrum AB
Industribyggnader i Borås 2 AB
Industribyggnader i Borås AB
Industriparken i Kalmar AB
Infrastruktur i Umeå AB
Inkubatorn i Borås AB
Inspiration Gotland AB
Jämtlandsvärme AB
Kalmar Familjebad AB
Kalmar Hamn AB
Kalmar Kommunbolag AB
Kalmar Science Park
Kalmar Vatten AB
Kalmar Öland Airport AB
Kalmarhem AB
KBAB Service AB
KIFAB i Kalmar AB
Kiruna Kommunpartner AB
Kiruna Kraft AB
Kiruna Näringsfastigheter AB
Kirunabostäder AB
Kommunicera i Umeå AB
Kompetensspridning i Umeå AB
Kulturhuvudstadsbolaget i Umeå AB
Kvarnfallet Mölndal AB
Köpings Bostad AB
Köpings Kabel - TV AB
Mark Kraftvärme AB
Marks Bostads AB
Marks Fastighets AB
Mölndal Centrum Byggnads Fastighets AB
Mölndal Centrum Karpen 12 Fastighets AB
Mölndal Centrum Koljan 1 Fastighets AB
Mölndal Energi AB
Mölndal Energi Nät AB
Mölnåla Fastighets AB
Mölnåls Parkerings AB
Mölnålsbostäder AB
Mörbylånga Bostads AB
Mörbylånga Fastighets AB
Ronneby Miljö och Teknik AB
Smedjebacken Energi & Vatten AB
Smedjebacken Energi Nät AB
Spinnerskan i Mark AB
Strömsunds Hyresbostäder AB
Strömsunds Utvecklingsbolag
Sundbybergs Bredband AB
Sundbybergs Stadshus AB
Sundbybergs stadshus infrastruktur AB
Sundbybergs stadsnätbolag AB
Svartålvstorps Förvaltnings AB
Svedala Exploaterings AB
Sätterstrand Business Park AB
TBAB Torsås Bostads AB
Tekniska verken i Kiruna AB
Torsås Fastighets AB
Torsås Fjärrvärmnät AB

Umeå Badhus AB
Umeå Energi AB
Umeå Energi Elhandel AB
Umeå Energi Elnät AB
Umeå Energi Sol Vind och Vatten AB
Umeå Energi Umenet AB
Umeå Hamn AB
Umeå Kommunföretag AB
Umeå Parkerings AB
Umeå Vagnverkstad AB
Umeå Vatten och Avfall AB
Ursvik Sopsug AB
Wisby Strand Congress & Event Gotland AB
Viskaforshem AB
Västerbottens Museum AB
Ydrebestäder AB
Östra Göinge Kommuns Industrifastighets AB

Bilaga 4 – Metoden i kartläggningen

I denna bilaga förklarar vi hur kartläggningen redovisas samt skälen för detta. Inledningsvis beskriver vi hur vi har valt att gruppera de kommunala bolagen. Detta ligger till grund för redovisningen i kapitel 3. Därefter redogör vi för den struktur som vi har valt att använda när vi redovisar bolagen.

De 135 bolagen har fördelats in i tio olika grupper. Utgångspunkterna för grupperna har varit vilken försäljningsverksamhet bolagen faktiskt bedriver samt vad syftet med försäljningen är. Vid skapandet av grupperna har vi även tagit hänsyn till om försäljningsverksamheten är specialreglerad och om den utgör ett led i en obligatorisk eller frivillig kommunal verksamhet.

Hur de kommunala bolagen grupperats

Som nämnts i inledningen omfattade kartläggningen inledningsvis 138 bolag i 29 av Sveriges 290 kommunerna. Eftersom två av kommunerna saknade bolag och tre bolag inte längre var ägda av en kommun kom kartläggningen slutligen att omfatta 135 bolag i 27 kommuner. Dessa bolag utgör ca 8,5 procent av de kommunala aktiebolagen. Omsättningen för bolagen i kartläggningen uppgår till ca 14 miljarder kronor år 2013, vilket motsvarar ca 7,5 procent av omsättningen för samtliga kommunala företag i Sverige.

I kartläggningen har vi valt att gruppera bolagen i följande tio kategorier: tekniktunga bolag, allmännyttiga bostadsbolag, näringslivsfrämjande bolag, övriga fastighetsbolag, kommunala moderbolag, turismfrämjande bolag, trafik- och infrastrukturbolag,

parkeringsbolag, bolag för fritidsanläggningar, samt en kategori för övriga bolag.

Nedan följer en redovisning av grupperna som bolagen i kartläggningen delats in i.

1. *Tekniktunga bolag (33 stycken)*

Gruppen innehåller bolag som huvudsakligen ägnar sig åt tekniktung verksamhet inom sektorerna för energi, avfall, vatten och avlopp (VA), samt IT och telekom. Bolagen ägnar sig därmed åt både obligatoriska och frivilliga uppgifter. En stor del av bolagen i gruppen bedriver verksamhet inom två eller fler verksamhetsområden, till exempel elhandel och IT. Bolagen redovisas därför gemensamt på en övergripande nivå. Därefter gör vi en mer detaljerad redovisning per verksamhetsinriktning.

Eftersom det i förhållandevis stor omfattning finns skillnader i vad bolagen ägnar sig åt väljer vi att redovisa försäljningen i gruppen under följande fem verksamhetsinriktningar:

1. energi
2. renhållning
3. IT och telekom
4. övrigt.

En redovisning per verksamhetsinriktning är unikt för kategorin tekniktunga bolag. Övriga bolag redovisas samlat.

2. *Allmännyttiga bostadsbolag (32 stycken)*

I gruppen ingår bolag som har ett allmännyttigt bostadsförsörjande syfte. Bolagen ägnar sig mestadels åt allmännyttig bostadsuthyr-

ning, men det förekommer även att bolagen bedriver annan säljverksamhet, till exempel lokaluthyrning.

3. *Näringslivsfrämjande bolag (22 stycken)*

Bolagen i gruppen har ett uttalat näringslivsfrämjande syfte och bedriver försäljning som anknyter till detta syfte. Bolagen bedriver bland annat uthyrning av lokaler till näringslivet, företagsparker samt bistår vid företagsuppstarter.

4. *Övriga fastighetsbolag (18 stycken)*

Utöver de allmännyttiga bostadsbolagen samt de näringslivsfrämjande bolagen finns ytterligare en kategori av bolag som hyr ut lokaler respektive lägenheter. Dessa bolag har varken ett uttalat allmännyttigt eller näringslivsfrämjande syfte. Bolagen har därför kategoriserats i en egen grupp. Utöver uthyrning av lokaler och bostäder har bolagen ett förvaltningsuppdrag av kommunala fastigheter samt ska se till att kommunala förvaltningar har ändamålsenliga lokaler.

5. *Kommunala moderbolag (8 stycken)*

Åtta av kommunerna har valt att bedriva hela eller delar av sin bolagsverksamhet i en aktiebolagsrättslig koncernform. Det förekommer därför åtta moderbolag i kartläggningen. Försäljningen som moderbolagen självständigt bedriver redovisas i detta kapitel. Dotterbolagens försäljning hänförs till någon av de övriga grupperna och redovisas därmed där.

6. *Turisminriktade bolag (8 stycken)*

Bolagen i kategorin har som huvudsyfte att verka för turismen i kommunen. Vad försäljningen består av kan skifta från ren museiverksamhet till biljetter och djurpark.

7. *Trafik- och infrastrukturbolag (6 stycken)*

I gruppen ingår bolag som ägnar sig åt kollektivtrafik, flyg- och hamnverksamhet samt tillhörande infrastrukturer.

8. *Parkeringsbolag (3 stycken)*

I gruppen ingår bolag som bedriver parkeringsverksamhet.

9. *Fritidsanläggningsbolag (3 stycken)*

Bolagen i denna grupp äger och förvaltar fritidsanläggningar. I ett av fallen driver dessutom bolaget fritidsanläggningen.

10. *Informations- och konsultbolag (2 stycken)*

Bolagen säljer kommunal kompetens och kommunala innovationer samt medverkar i utbildningsinsatser och projektledning.

Redovisningsstrukturen för de kommunala bolagen

Nedan beskrivs den struktur efter vilken redovisningen i kapitel 4 är uppbyggd. Utgångspunkterna är att ange vad bolagen säljer och till vem samt i vilken mån de möter konkurrens. Om undantag från redovisningsstrukturen görs i kapitel 4 anges det särskilt.

Omsättning och försäljningsintäkter

Från Infotorg hämtade Konkurrensverket uppgifter om bolagens omsättning och nettoomsättning för de fyra senaste räkenskapsåren (2010-2013).⁸⁴

Genom att se på utvecklingen av omsättningen, det vill säga bolagets intäkter, får man en bild av om de kommunala bolagen växer eller om verksamheten avtar. En minskad omsättning kan tyda på att bolaget minskar eventuell externförsäljning som en anpassning till KOS-reglerna. Med en ökad omsättning finns det en risk för att bolaget börjar konkurrera med privata företag och stör marknaden eller, om det redan finns en störning, att problemet ökar.

Nettoomsättning är de intäkter för sålda varor och utförda tjänster som tillhör företagets normala verksamhet⁸⁵. Företaget kan även ha intäkter som inte kommer från ordinarie verksamhet, till exempel uthyrning av ett rum eller bidrag från staten eller annan myndighet. I den totala omsättningen räknas förutom nettoomsättningen även dessa intäkter in.⁸⁶

Konkurrensverket redovisar även de försäljningsintäkter bolagen lämnat in för år 2013 inom ramen för åläggandet. Genomgående benämns de uppgifter bolagen själva har lämnat in till Konkurrensverket för "försäljningsintäkter" eller "säljverksamhet enligt åläggande".

⁸⁴ För tre bolag saknades bokslutsuppgifter för år 2013. För dessa bolag redovisas år 2009-2012.

⁸⁵ 1 kap. 2 § bokföringslagen (1999:1078).

⁸⁶ Jfr. BAS kontoplaner (<http://www.bas.se/kontoplaner.htm>) och BAS SRU-koppling (<http://www.bas.se/sru.htm>).

Resultat

De kommunala bolagens ägare, kommunerna, kan inte gå i konkurs på samma sätt som privata aktörer. Kommuner och kommunala bolag har i regel inte heller samma avkastningskrav som privata företag. En möjlig konkurrensstörning som uppstår kan vara att en kommunal aktör underprissätter och därmed tränger ut privata aktörer som inte kan tävla med prisbilden.

Ett privat företag som underprissätter och inte täcker sina kostnader kommer efter några år att gå i konkurs när upprepade minusresultat gör att det inte längre har medel att betala sina skulder.

Ett kommunalt bolag med återkommande minusresultat kan tyda på att bolaget har för låga priser i förhållande till sina kostnader. Resultatet efter finansiella poster visar resultatet efter kostnader för ränta, som kan vara betydande om bolaget har stora investeringar vilket är fallet med många av de bolag vi har studerat.

Kopplar man samman resultatposten med nettoomsättningen får man fram nettomarginalen⁸⁷ som ger möjlighet att jämföra företag av olika storlek. Konkurrensverket beräknade bolagens nettomarginal för åren 2010–2013 med utgångspunkt i resultat och nettoomsättning, vilket hämtades från Infotorg.

Vem bolagen säljer till

Redovisningen av vem de kommunala bolagen säljer sina varor eller tjänster till fördelas på följande kundgrupper:

⁸⁷ BAS (2013), BAS Nyckeltal – för bättre analys och effektivare ekonomistyrning, s. 26.

- den egna kommunen
- andra kommuner och myndigheter
- personer, hushåll och företag i den egna kommunen
- personer, hushåll och företag i andra kommuner
- övriga kunder.

Bolagen lämnade själva in försäljningsintäkterna till Konkurrensverket. Som huvudregel redovisades uppgifterna per bolagsgrupp. I ett fall, gällande de tekniktunga bolagen, redovisas även på en mer detaljerad nivå.

Vad bolagen säljer

Vi har redovisat och grupperat de varor och tjänster som bolagen har rapporterat in att de säljer. Som huvudregel redovisades uppgifterna per bolagsgrupp. I ett fall, gällande de tekniktunga bolagen, redovisar vi även på en mer detaljerad nivå.

I vilken omfattning bolagen möter konkurrens och tillämpar självkostnadsprincipen

Vi har redovisat i vilken typ av försäljning de kommunala bolagen själva har uppgett att de möter konkurrens från privata företag samt i vilken omfattning bolagen tillämpar självkostnadsprincipen.

Både för konkurrens- och självkostnadsfrågan fanns följande svarsalternativ:

- nej
- ja, för vissa varor och tjänster
- ja, för samtliga varor och tjänster.

Om bolagen lämnat anbud i offentliga upphandlingar

I enkäten ställde vi frågor om de kommunala bolagen hade lämnat anbud i offentliga upphandlingar efter den 1 januari 2010. Frågan ställdes för att få en indikation på förekomsten av en säljorganisation i det kommunala bolaget. Om ett bolag lämnar anbud i offentliga upphandlingar är det mer troligt att bolaget agerar kommersiellt än om det inte gör det.

Konkurrensverket har även på eget initiativ kontrollerat uppgifter i en upphandlingsdatabas baserad på uppgifter från Visma. Den information som ingår i databasen är inte komplett eftersom inrapporteringen till Visma inte är fullständig. Dessa uppgifter får därför ses som ett komplement till de uppgifter bolagen har lämnat.

Av de inkomna svaren framgick det att anbud har lämnats i relativt liten omfattning. Om bolagen har lämnat anbud redovisas därför bara i förekommande fall.

Bilaga 5 – Sammanställning av i vilken omfattning bolagen tillämpar självkostnadsprincipen

	<i>Ja, för alla varor och/eller tjänster</i>		<i>Ja, för vissa varor och/eller tjänster</i>		<i>Nej</i>		<i>Inget svar</i>		<i>Totalt</i>	
Bolagskategori	Försäljning	%	Försäljning	%	Försäljning	%	Försäljning	%	Försäljning	%
Allmännyttiga bostadsbolag	645 745	22 %	4 242 292	66 %	452 286	9 %	1 617	3 %	5 341 940	100 %
Fritidsanläggningsbolag	0	0 %	24 082	67 %	0	0 %	117	33 %	24 199	100 %
Trafik- och infrastrukturbolag	237 498	67 %	48 768	33%	0	0 %	0	0 %	286 266	100 %
Kommunala moderbolag	10 002	50 %	1 860	13 %	0	0 %	0	38 %	11 862	100 %
Näringslivsfrämjande bolag	24 056	23 %	289 683	64 %	5 579	5 %	0	9 %	319 318	100 %
Parkeringsbolag	32 206	33 %	78 230	67 %	0	0 %	0	0 %	110 436	100 %
Tekniktunga bolag	1 156 190	27 %	3 626 197	55 %	538 268	18 %	0	0 %	5 320 655	100 %
Turisminriktade bolag	360	13 %	130 517	63 %	3 304	13 %	0	13 %	134 181	100 %
Informations- och konsultbolag	1 039	50 %	0	0 %	0	0 %	0	50 %	1 039	100 %
Övriga fastighetsbolag	211 539	28 %	1 471 191	44 %	0	0 %	15 692	28 %	1 698 422	100 %
	2 318 635		9 912 820		999 437				13 248 318	

Bilaga 6 – Sammanställning av i vilken omfattning bolagen anser sig möta konkurrens

	<i>Ja, för alla varor och/eller tjänster</i>		<i>Ja, för vissa varor och/eller tjänster</i>		<i>Nej</i>		<i>Inget svar</i>		<i>Totalt</i>	
Bolagskategori	Försäljning	%	Försäljning	%	Försäljning	%	Försäljning	%	Försäljning	%
Allmännyttiga bostadsbolag	3 212 891	66 %	2 050 070	22 %	77 362	9 %	1 617	3 %	5 341 940	100 %
Fritidsanläggningsbolag	0,00	0 %	23 790	33 %	292	33 %	117	33 %	24 199	100 %
Trafik- och infrastrukturbolag	0,00	0 %	231 824	50 %	54 442	50 %	0	0 %	286 266	100 %
Kommunala moderbolag	0,00	0 %	2 218	13 %	9 644	50 %	0	38 %	11 862	100 %
Näringslivsfrämjande bolag	264 781	45 %	39 999	27 %	14 538	18 %	0	9 %	319 318	100 %
Parkeringsbolag	65 930	33 %	44 506	67 %	0	0 %	0	0 %	110 436	100 %
Tekniktunga bolag	2 500 245	33 %	1 891 627	27 %	928 783	39 %	0	0 %	5 320 655	100 %
Turisminriktade bolag	360	13 %	24 596	13 %	109 225	63 %	0	13 %	134 181	100 %
Informations- och konsultbolag	0,00	0 %	0	0 %	1 039	50 %	0	50 %	1 039	100 %
Övriga fastighetsbolag	147 195	33 %	1 373 772	17 %	161 764	22 %	15 692	28 %	1 698 422	100 %
	6 191 402		5 682 402		1 357 089					

Bilaga 7 – Sammanställning av försäljningsintäkter fördelat per kundgrupp

Bolagskategori	Egna kommunen		Andra kommuner och myndigheter		Personer, hushåll och företag inom kommunen		Personer, hushåll och företag i andra kommuner		Övriga kunder		Totalt	
	Försäljning	%	Försäljning	%	Försäljning	%	Försäljning	%	Försäljning	%	Försäljning	%
Allmännyttiga bostadsbolag	685 097	13 %	48 454	1 %	4 599 000	86 %	0	0 %	9 389	0 %	5 341 940	100 %
Fritidsanläggningsbolag	9 613	40 %	0	0 %	6 024	25 %	292	1 %	8 270	34 %	24 199	100 %
Trafik- och infrastrukturbolag	2 703	1 %	1 817	1 %	47 356	17 %	58 906	21 %	175 484	61 %	286 266	100 %
Kommunala moderbolag	11 255	95 %	201	2 %	406	3 %	0	0 %	0	0 %	11 862	100 %
Näringslivsfrämjande bolag	43 388	14 %	55 699	17 %	208 478	65 %	2 444	1 %	9 309	3 %	319 318	100 %
Parkeringsbolag	21 200	19 %	276	0 %	88 868	80 %	92	0 %	0	0 %	110 436	100 %
Tekniktunga bolag	1 183 755	22 %	183 843	3 %	2 958 195	56 %	537 600	10 %	457 262	9 %	5 320 655	100 %
Turisminriktade bolag	18 956	14 %	3 648	3 %	27 716	21 %	15 248	11 %	68 613	51 %	134 181	100 %
Informations- och konsultbolag	226	22 %	813	78 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	1 039	100 %
Övriga fastighetsbolag	764 750	45 %	48 696	3 %	884 730	52 %	0	0 %	246	0 %	1 698 422	100 %

Det har snart gått fem år sedan reglerna om konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet i konkurrenslagen trädde ikraft. Reglerna är avsedda för att komma till rätta med konkurrensnedvridningar som kan uppstå när offentliga aktörer bedriver säljverksamhet i konkurrens med privata företag.

Reglerna har fått kritik från näringslivshåll för att sakna effekt och forskning indikerar att privata företag inte upplever förbättrade konkurrensförutsättningar. För att nyansera bilden har Konkurrensverket i denna rapport kartlagt säljverksamhet utifrån de kommunala bolagens perspektiv. Rapporten riktar sig primärt till beslutsfattare i kommunerna och förhoppningen är att en ökad medvetenhet om konfliktytan ska bidra till förbättrade villkor och förutsättningar för nyskapande och utveckling av företag.

KONKURRENSVERKETS RAPPORTSERIE 2014:3



KONKURRENSVERKET

Swedish Competition Authority

Adress 103 85 Stockholm

Telefon 08-700 16 00

Fax 08-24 55 43

konkurrensverket@kkv.se

www.konkurrensverket.se