

ISNR-nummer: **LIU-IEI-FIL-G--16/01554--SE**

Linköpings universitet | Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling

Kandidatuppsats, 15 hp | Nationalekonomi

Vårterminen 2016

Divide and Conquer

- An in-depth study of the impact of the Swedish Leniency Program on the creation of cartels in the construction industry

Att Söndra och Härska

- En studie av det svenska eftergiftsprogrammet påverkan på kartellbildning i byggbranschen

Henrik Alvin Rydén

Sara Sommarin

Handledare:

Linnea Ingebrand

Linköpings universitet

SE-581 83 Linköping

013-28 10 00, www.liu.se

Sammanfattning

Den här uppsatsen behandlar ämnena kartellbildning och eftergiftsprogrammet, samt byggbranschen. Syftet är att undersöka om det svenska eftergiftsprogrammet har förutsättningar för att avskräcka från kartellbildning i byggbranschen. För att undersöka detta kommer uppsatsen även att lyfta fram vilka förutsättningar som finns för karteller att verka i branschen. Med hjälp kartellteori identifieras faktorer som kan tänkas underlätta för karteller att verka, och med hjälp av eftergiftsteori kommer faktorer identifieras i programmet som kan tänkas hjälpa till att motverka kartellbildning. Med utgångspunkt i teorin och de faktorer som hittats kommer förhållandena i byggbranschen att undersökas.

Vårt resultat visar att branschen i nuläget är relativt stabil med goda vinstmöjligheter och innehar inträdeshinder vilket tyder på att kartellbildning kan gynnas och att karteller troligen existerar i branschen. Resultatet visar även att eftergiftsprogrammet verkar ha möjligheter att avskräcka från kartellbildning genom att bidra med misstro mellan potentiella kartellmedlemmar. Dock verkar effekten bero på, åtminstone till viss del, antalet företag som överväger att ingå i ett samarbete. Att eftergiftsprogrammet är lika avskräckande i alla delar av branschen är alltså inte alls säkert. Vi kan framförallt förvänta oss att eftergiftsprogrammet "söndrar och härskar" bland de karteller med många medlemmar, och vilka verkar i de delar av byggbranschen som moderniserats.

Innehållsförteckning

FIGURFÖRTECKNING

1. Inledning	5
1.1 Bakgrund	6
1.2 Problemformulering	6
1.3 Syfte.....	7
1.4 Frågeställningar	7
1.5 Metod.....	7
1.5.1 Metodkritik	8
1.5.2 Källkritik	8
1.5.3 Definition av byggbranschen	9
1.6 Etik	9
1.7 Disposition	9
2. Teori	11
2.1 Det vinstmaximerande företaget	11
2.2 Oligopol.....	12
2.3 Karteller.....	13
2.3.1 Att delta i ett kartellsamarbete	15
2.3.2 Att upprätthålla ett kartellsamarbete	18
2.4 Eftergiftsprogrammet	19
2.4.1 Eftergiftsprogrammets påverkan på karteller	20
2.5 Sammanfattning	22
3. Byggbranschen	23
3.1 Byggbranschens utveckling fram tills idag	23
3.2 Marknadskoncentration och antal företag	25
3.3 Inträdeshinder	27
3.4 Vinstmöjligheter	29
4. Eftergiftsprogrammet	32
4.1 Översiktligt om eftergiftsprogrammet	32
4.2 Eftergift	33
4.3 Nedsättning av konkurrensskadeavgift	34
5. Analys	35
5.1 Stabilitet i byggbranschen	35
5.1.1 Att bryta stabiliteten med eftergiftsprogrammet	36
5.2 Marknadskoncentration och inträdeshinder	37
5.2.1 Påverkan av eftergift	40
5.3 Vinstmöjligheter	40
5.3.1 Att ändra vinstmöjligheterna	41
6. Slutsats	43

Referenser

Figur- och tabellförteckning

Figurer

Figur 1. Prisnivån vid konkurrens och vid monopol	14
Figur 2. Byggprocessen	24
Figur 3. Byggpriser 2015	30
Figur 4. Byggnadsprisindex 2015	31

Tabeller

Tabell 1. De fyra största företagens andelar av de 30 största företagens omsättning vid år 2003 respektive 2012	26
---	----

1. Inledning

Hösten år 2001 hamnade tre stycken tidigare anställda på byggföretaget NCC i Linköping i onåd med sina före detta arbetsgivare angående pengar, och efter att ha fått en stämning på halsen gick dessa tre tillsammans med ytterligare en person från företaget Markbyrå i Åtvidaberg till Konkurrensverket (Hjalmarsson, 2010; Sveriges Radio, 2005; Gerde, 2016). Väl hos Konkurrensverket anklagade de ett antal företrädare för storföretag som NCC, Peab och Skanska att ha deltagit i möten där de sedan gjort upp om olika vägprojekt och bestämt till vilka priser dessa skulle utföras samt lämnade över en mängd handlingar (Wiström, 2007; Konkurrensverket, 2009; Gerde, 2016). Detta ledde till att Konkurrensverket slog till mot samtliga företag i slutet av oktober samma år i s.k. gryningsräder¹ (Sveriges Radio, 2005). Den största kartellen i Sverige var nu upptäckt² (Konkurrensverket, 2009)

Vid frågan på varför denna händelse kunde ske på asfaltmarknaden menade en företrädare för NCC att asfaltmarknaden var speciell och att faktorer som att det fanns väldigt få aktörer på marknaden och att platsbundenhet präglade denna starkt bidrog till utfallet (Sveriges Radio, 2002). Denna åsikt är företrädaren inte ensam om utan det är allmänt känt att karteller gynnas av oligopolliknande marknader med ett fåtal företag som dominerar (Carlton & Perloff, 2015). Ytterligare en faktor vilken är vedertagen att gynna kartelletablering är möjligheten att pressa upp priserna vilket exempelvis Asfaltkartellen lyckats göra, vilket visades genom att priserna på asfalt sjönk med 20 % efter att kartellen avslöjats (Sveriges Television, 2007).

Det finns helt enkelt miljöer, eller branscher, där kartelletablering verkar gynnas extra och där de konstaterats finnas lite oftare än i andra branscher. Ett exempel på en sådan bransch är byggbranschen där det historiskt sett förekommit kartellbildning, och där aktörer med anknytning till branschen fortfarande tror att branschens struktur är gynnsam för kartellbildning (Lindberg, 2008; Bäckström; Brottsförebyggande rådet, 2010). För att motverka kartellbildning och förhoppningsvis förebygga kartelletablering finns det ett program som heter eftergiftsprogrammet som syftar till att locka kartellmedlemmarna att avslöja sin verksamhet. Det huvudsakliga målet med programmet är att i det långa loppet helt förebygga kartellbildning (Konkurrensverket, 2016a).

¹ En oanmäld inspektion i syfte att hitta bevis för en misstänkt överträdelse av konkurrenslagen (Sveriges Radio, 2005; Konkurrensverket, 2009)

² Vad man idag vet

1.1 Bakgrund

I början av 1900-talet uppmuntrades olika typer av samarbeten på svenska marknaden och kartellbildningar ansågs som ett positivt inslag, staten uppmuntrade uppgörelser av pris och anbud (Konkurrensverket, 2002). Under slutet av seklet hade allt förändrats och idag betraktas förekomsten av karteller som skadligt för samhället då dessa anses hindra innovation och pressa upp priserna (Häckner, 2000; Konkurrensverket, 2002). År 1993 införde USA som första land i världen en s.k. ”Leniency Policy”, eller ett ”eftergiftsprogram” vilket det senare skulle börja kallas i Sverige. Programmet gick ut på att företag vilka var medlemmar i en kartell skulle få möjlighet att anmäla kartellen och i gengäld få eftergift, eller åtminstone straffflinring, trots att de hindrat konkurrensen (Departement of Justice). Med anledning av att amerikanerna ansåg att eftergiftsprogrammet var framgångsrikt med bakgrund av att genomsnittet av antal ansökningar ökat markant införde Europeiska Kommissionen ett liknande program år 1996 i EU. Idag har majoriteten av EU-medlemmarna implementerat egna versioner av eftergiftsprogrammet (Harrington & Chang, 2015)

1.2 Problemformulering

Eftergiftsprogrammet är ett relativt nytt verktyg i myndigheternas arsenal, vilket i sig borde motivera en närmare undersökning av programmets funktion och effektivitet. Syftet med programmet är att kunna spränga karteller och att i längden avskräcka kartellbildning helt och hållet (Spagnolo, 2008). Eftersom kartellsamarbete är en dold verksamhet är det svårt att säga hur många aktiva karteller det egentligen finns. Det gör det utmanande att bedöma hur pass bra ett eftergiftsprogram egentligen är eftersom kartellverksamheten egentligen bara observeras när den upptäcks, inte när den bildas (Spagnolo, 2005; 2008). Teoretisk forskning pekar dock mot att ett eftergiftsprogram mycket väl kan motverka kartellbildning (Harrington, 2007; Spagnolo, 2005). Frågan som bör ställas är om vi faktiskt kan förvänta oss att eftergiftsprogrammet förhindrar kartelleretablering, och i så fall hur? Programmet verkar fungera i USA men gäller det även här och gäller det i alla branscher? Vilket påvisades i inledningen är byggbranschen en av de branscher som antas vara gynnsam för karteller, fungerar eftergiftsprogrammet i denna? Om programmet motverkar kartelletablering i branschen, motverkar det etablering i alla aspekter eller finns det delar som är extra känsliga? För att kunna undersöka hur programmet påverkar kartelletablering i byggbranschen kommer vi även att studera hur förutsättningarna för kartellbildning ser ut i branschen.

1.3 Syfte

Syftet med denna uppsats är att analysera om utformningen av Sveriges eftergiftsprogram har förutsättningar för att kunna avskräcka från kartellbildning i byggbranschen.

1.4 Frågeställningar

- Hur ser förutsättningarna ut för kartellbildning i byggbranschen?
- Vilka möjligheter har det svenska eftergiftsprogrammet att avskräcka kartellbildning i byggbranschen?

1.5 Metod

För att kunna besvara vårt syfte och våra frågeställningar har vi utgått ifrån teorin om det vinstmaximerande företaget, detta för att kunna förklara en potentiell kartellmedlems beslutsfattande. Kartellteori har sedan använts för att identifiera faktorer som kan underlätta kartellbildning, samt eftergiftsteori för att identifiera vilka egenskaper som ett program bör ha för att ha möjlighet att avskräcka företag från kartellbildning. Med dessa teorier som grund har vi tittat på förutsättningarna i byggbranschen. De källor som använts i teoridelen har varit sekundära.

Den empiriska delen om byggbranschen har i huvudsak bestått av sekundära källor, dock ingår även ett fåtal primära. Dessa har inkluderats eftersom de givit oss information som underlättat tolkningen av det sekundära materialet när detta varit motsägelsefullt. De primärkällor vi syftar på är Martin Bäckström som är sakkunnig på Konkurrensverket och som hjälpt oss förstå eftergiftsprogrammet bättre, samt Anders Gerde som är handläggare på Konkurrensverket. Anders var den person som först fick ett samtal från de före detta anställda angående det kartellsamarbete som senare skulle visa sig vara Asfaltkartellen, och han var en av de handläggare som arbetade med fallet. Korrespondens har dessutom haft med Tommy Lindkvist som arbetar på Statistiska Central Byrån (SCB) och som har hjälpt oss att tydligare förstå det material vi använt oss av som hämtats från SCB. Den övervägande användningen av sekundära källor motiveras av att vi anser att det är den lämpligaste formen för att besvara syftet och frågeställningarna. Redan i ett tidigt skede av arbetet när vi läste in oss på ämnet insåg vi att ämnet om karteller är känsligt givet dess status som illegal verksamhet. Det skulle

kunna göra det svårt att få någon att vilja besvara frågor om det. Att försöka samla in material genom exempelvis enkäter uteslöts därför relativt snabbt.

1.5.1 Metodkritik

Valet att samla in redan tolkat material är en metod som har sina nackdelar. I och med detta tillvägagångssätt behandlas vårt material som en objektiv sanning, vilket egentligen sekundära källor aldrig kan vara. Dock skulle alternativet vara att på plats undersöka byggbranschen samt på egen hand forska om karteller och eftergiftsprogram. Eftersom vi har begränsade resurser i form av tid är detta inte någonting som framstår som särskilt realistiskt. Att i stor utsträckning använda oss av redan insamlat och bearbetat material framstår därför som ett lämpligt tillvägagångssätt, givet nämnda förutsättningar, för att ge oss möjlighet att kunna besvara det formulerade syftet och de medföljande frågeställningarna.

1.5.2 Källkritik

När det har varit möjligt har vi försökt använda oss av information utgivet av myndigheterna, vilka allmänt anses vara tillförlitliga. En särskild myndighet som använts i uppsatsen är Konkurrensverket som är den myndighet som exempelvis utför gryningsräder och som aktivt arbetar för att främja konkurrensen i landet. Att de på myndigheten är väl insatta i konkurrensfrågor kändes därav logiskt och de borde alltså vara en relativt pålitlig källa med tanke på ämnet. Samtida källor har använts i den mån det har varit möjligt, och särskilt med anledning av att eftergiftsprogrammet är relativt nytt har vi även ansett vi har lyckats. Detta skulle dock även kunna vara en källa för kritik då teoretiker inte har lika stort grepp om detta ämne som om kartellämnet. Även kartellämnet borde vara en källa för kritik då ämnet är känsligt och få verkar vilja uttala sig om var de tror att karteller finns, eller varför. En sista sak som måste lyftas fram är att då vi valt ett väldigt specifikt syfte, att se hur förutsättningarna ser ut för eftergiftsprogrammet att avskräcka från kartellbildning i byggbranschen, har det varit svårt att hitta källor som täckt alla dessa delar. Många gånger har vi behövt sönderdela syftet och separat studera konkurrens, byggbranschen samt eftergiftsprogrammet. Att ett antal tolkningar därmed gjorts av vårt insamlade material har varit oundvikligt.

1.5.3 Definition av byggbranschen

I denna uppsats kommer Konkurrensverkets definition av byggbranschen att användas: ”Till byggsektorn i vid mening räknas alla som bidrar till att ett byggnadsverk, hus eller anläggning uppförs, dvs. företag som bedriver byggnadsverksamhet, bygghantverksföretag, byggmaterialindustri, arkitekter och konsulter” (Konkurrensverket, 1996).

1.6 Etik

Det är viktigt att framhålla att vi inte har för avsikt att peka ut byggbranschen som en marknad med karteller. Vi undersöker enbart förutsättningarna för kartellverksamhet i branschen dvs. om det finns faktorer närvarande som kan tänkas underlätta etableringen av en kartell, samt om denna kan tänkas stävjas av eftergiftsprogrammet. Historiskt sett har miljön och strukturen i byggbranschen varit erkänt gynnsam för kartellbildning, detta innebär dock inte automatiskt att det fortfarande är på detta vis (Bäckström, 2016). Denna uppsats utgår enbart från den empirin som hittats då det inte kan utgå ifrån okänd fakta. Vilket märktes redan vid arbetets start är kartellämnet känsligt och få vill tydligt uttala sig om sådant som inte sedan länge är vedertaget. Dock finns indikationer³ på att byggbranschen fortfarande är relevant angående kartellbildning och därför valde vi ut denna bransch.

1.7 Disposition

Dispositionen kommer att se ut på följande sätt:

Kapitel 2

Kapitlet inleder med att kort behandla det vinstmaximerande företaget och belysa dess önskan att få bort konkurrens. Därefter redogörs för oligopol och för kartellteorin, och slutligen kommer teorin om eftergiftsprogrammet att försöka påvisa hur eftergiftsprogrammet är tänkt att motverka kartellbildning.

³ Sådana indikationer är exempelvis undersökningen från Brottsförebyggande rådet, 2010 som pekade ut byggbranschen som en bransch av intresse med hänsyn till kartellbildning. En annan undersökning är gjord av Konkurrensverket där 600 chefer i byggföretag fick svara på frågor trodde nästan hälften att karteller förekommer i branschen (Norgren, 2005) Enbart 32 % trodde att det inte fanns karteller i ytterligare en annan undersökning (Maskinentreprenören, 2008)

Kapitel 3

I detta kapitel kommer den empiriska delen att påbörjas och förutsättningarna för kartellbildning i byggbranschen kommer här att undersökas med utgångspunkt från kartellteorin.

Kapitel 4

Den empiriska delen kommer att avslutas genom en beskrivning av det svenska eftergiftsprogrammet, hur det faktiskt är utformat och hur det egentligen motverkar kartellbildning.

Kapitel 5

Därefter kommer teori och empirin att mötas vilket kommer att resultera i en mer djupgående analys utifrån det syfte och de frågeställningar som formulerats. Den kommer att utgå ifrån de viktigaste fynden som har identifierats i tidigare kapitel.

Kapitel 6

Som avslutande del kommer vår slutsats att presenteras där svar ges på vårt syfte och på våra frågeställningar.

2. Teori

I denna del kommer kapitlet inledas med att börja med att redogöra lite kort om det vinstmaximerande företaget. Då vi anser att antagandet om det vinstmaximerande företaget är ett vedertaget antagande kommer vi inte att gå in särskilt djupt i detta antagande utan det kommer istället att snabbt skrivas om det vinstmaximerande företaget som är utsatt för konkurrens. Efter detta kommer det att redogöras för kartellteorin, varför bildas karteller? I vilken miljö gynnas de och vad motiverar en kartell? Denna teoridel kommer att avslutas genom att redogöra för vad eftergiftsprogrammet är, och det kommer att beskrivas hur det är tänkt att programmet teoretiskt ska kunna motverka kartellbildning.

2.1 Det vinstmaximerande företaget

”People of the same trade seldom meet together, even for merriment and diversion, but the conversation ends in conspiracy against the public, or in some contrivance to raise prices.”

Nationalekonomen Adam Smith understryker att företag alltid har haft motiv att samarbeta i ett bakomliggande syfte att höja priserna och därmed höja vinsterna, oavsett om de är medvetna om detta eller inte (Smith, 1937). Det enskilda företaget strävar därför mot vinstmaximering och oavsett scenario försöker det alltid uppnå största möjliga vinst. I likhet med den nytto-maximerande individen i konsumentteori försöker företaget alltid nå sitt mål utifrån de egna förutsättningarna (Carlton & Perloff, 2015; Frank, 2009). För att uppnå vinstmaximering måste ett företag vara förutseende gällande framtida samhällsutvecklingar, och vara medveten om hur dess konkurrenter agerar på marknaden (Lindberg, 2008) Enligt Frank är den relevanta frågan ett företag ska ställa sig inför ett val ”om den förväntade vinsten är större än den förväntade förlusten?” (Frank, 2009). Är svaret på denna fråga ”ja” skall aktiviteten utföras och är svaret ”nej” skall valet inte utföras. Att företaget sedan inte är totalt fritt att välja utifrån sina egna preferenser är givet då det ofta finns någon typ av restriktion, vare sig det är en tidsrestriktion eller kanske till och med en juridisk restriktion (Chiang & Wainwright, 2005). För att exemplifiera detta med det vinstmaximerande företaget kan det nämnas att vid ett val om företaget fick ha kvar konkurrens eller ta bort den skulle det välja att ta bort den då det önskar att ge sig själv fördelar. (Carlton & Perloff, 2015) Få konkurrenter är alltid bättre än många och vid liten konkurrens är vinstmöjligheterna större. Dessutom behövs

dessa fördelar då samhällets resurser är knappa och för att kunna hantera den skiftande konjunkturen på den globala marknaden måste det vinstmaximerande företaget ha fördelar (Lindberg, 2008; Korten, 1996). En marknad som präglas av ett fåtal aktörer är oligopolmarknaden.

2.2 Oligopol

En oligopolmarknad har ett antal karakteristiska drag som exempelvis producenterna vilka på en marknad av de här slaget är ett fåtal och har marknadsmakt, dvs. de är mindre beroende av hur priserna skiftar än sina motsvarigheter på marknaden med perfekt konkurrens (Frank, 2009). Företagen på oligopolmarknaden är alltså "prissättare", dvs. deras marknadsdominans märks tydligt och priserna för det enskilda företaget i denna marknad är inte givna som för en "pristagare", dvs. ett företag i perfekt konkurrens (Frank, 2009). Prissättarna är med och bestämmer priserna, och skulle det behövas skulle de kunna höja priserna genom att exempelvis sänka produktionen utan att förlora samtliga inkomster till andra aktörer vilket pristagarna antas göra. Företagen på denna marknad är helt enkelt inte lika beroende av externa händelser. Ett annat karakteristiskt drag är att oligopolmarknaden har inträdeshinder som gör att kostnaderna för potentiella rivaler som står utanför marknaden och som vill börja producera är höga (Perloff, 2014). Exempelvis kan skalfördelar i form av kostnadsfördelar för storskalig produktion förekomma för företaget med marknadsmakt då det kan ha sin produktion mer samlad till skillnad ifrån företaget i perfekt konkurrens (Carlton & Perloff, 2015). Stora skillnader i investeringskostnader kan därav finnas för de bägge företagen. För en ny producent kan detta vara avskräckande då nya företag sällan kategoriseras som prissättare utan istället pristagare, och antas därmed starta i underläge. Pristagaren kommer därmed troligen ha högre investeringskostnader än prissättaren oavsett vilket projekt de tar sig an. Utöver dessa inträdeshinder kan produkterna som marknadsförs vara differentierade, dvs. köparen ser inte samtliga produkter på marknaden som likvärdiga substitut utan vissa upplevs som bättre än andra oavsett om de är det eller inte. Finns det differentiering kan detta göra att efterfrågan för en viss produkt blir mindre känslig för prishöjningar, och därav behöver inte producenten nödvändigtvis se en särskilt stor nedgång i efterfrågan enbart för att priset ändras. Men det kan åt andra sidan också vara så att företaget möter en markant nedgång i efterfrågan om differentieringen är väldigt liten, alltså om produkterna är homogena (Carlton & Perloff, 2015).

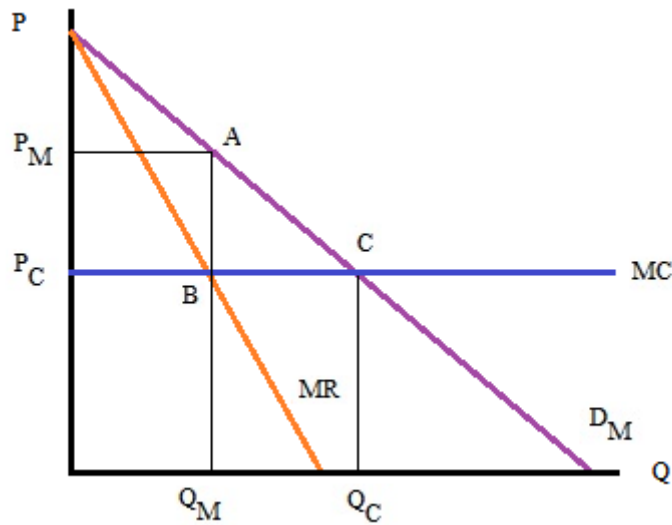
Allt detta påverkar företagen som finns på marknaden. När en prissättande producent bestämmer ett pris påverkar denne inte enbart sina egna vinstmöjligheter utan också de andras givet att köparna av produkten åtminstone i någon utsträckning låter priset påverka köpbeslutet och alltså ser produkten som någorlunda homogen. Är priset alltför högt enligt köparen väljer denne en rival såvida inte total differentiering råder. Vetskapen om detta gör att oligopolföretagen är medvetna om och tar hänsyn till de andras beteende när de själva fattar beslut. Dessa kan fattas enskilt och företaget maximerar alltså sin egen vinst med hänsyn till rivalernas beteende. Dessa kan också fattas gemensamt för att maximera den kollektiva vinsten, aktörerna samarbetar då. (Carlton & Perloff, 2015; Perloff, 2014)

2.3 Karteller

En kartell är ett samarbete mellan ett antal företag, två eller fler, som genom att kontrollera pris eller produktionsvolym strävar efter att öka sin gemensamma vinst (Carlton & Perloff, 2015; Connor, 2001, Levenstein & Suslow, 2008; Spagnolo 2008). Den primära orsaken till att karteller bildas på en marknad är att det anses att ett kollektivt och konkurrensbefriat agerande kan vara mer lönsamt än det enskilda, konkurrensinriktade. Nyttan av samarbetet kommer ifrån kartellens förmåga att kunna ta ut ett högre pris än det som skulle gälla vid konkurrens. Kartellen kan ses som ett kollektivt oligopol som strävar efter att bli ett kollektivt monopol. Genom samarbete eftersträvas en maximal gemensam vinst som uppnås genom att sätta priset på en nivå som motsvarar det som skulle gälla för ett vanligt monopol, bestående av ett företag (Connor, 2001). Givet vinstmaximeringsvillkoret väljer företagen kartellsamarbete om de bedömer det som mer lönsamt än enskild verksamhet.

I figuren nedan visas prisnivån som gäller för företag i konkurrens och prisnivån som gäller för företag som samarbetar. Rivaliteten mellan företagen om köparna gör att prisnivån för konkurrens befinner sig på samma nivå som marginalkostnaden. Prisnivån som råder i en monopolsituation är högre jämförelsevis och vinstmöjligheterna är också större eftersom rivaliteten inte finns kvar då företagen samarbetar (Bos, 2009).

Figur 1. Prisnivån vid konkurrens och vid monopol



(Källa: Bearbetad efter Bos, 2009). Figuren visar incitamentet till kartellbildning. Vinsten som företagen kan göra genom att samarbeta visas av ytan $P_M P_C A B$. Om priset i utgångsläget, vid konkurrens, motsvarar marginalkostnad så framstår försök till att maximera vinsten gemensamt som ett potentiellt sett lönsamt alternativ för företagen på marknaden.

P_M = Pris vid monopol

MC = Branschens marginalkostnad

P_C = Pris vid konkurrens

MR = Branschens marginalintäkt

D_M = Marknadens efterfrågan

Q_M = Kvantitet vid monopol

Q_C = Kvantitet vid konkurrens

I vilken utsträckning det är möjligt för kartellen att uppnå ett pris som motsvarar det för ett monopol påverkas av hur efterfrågan ser ut för företagen på marknaden. Prisets påverkan på efterfrågan, den s.k. priselasticiteten, visar hur köparna reagerar på en prisförändring. Som nämndes tidigare (se 2.2) beror detta till en stor del på om det finns nära substitut till produkterna som företagen erbjuder. Om så är fallet och kartellen höjer priset kommer prishöjningen inte ha en särskilt stor effekt i termer av ökade vinster. Effekten kan istället bli den motsatta mot den önskade eftersom köparen har möjlighet att vända sig till en annan producent utanför kartellen och få sina behov uppfyllda. Vidare kommer kartellen att behöva inträdeshinder för att försvåra för potentiella rivaler som attraheras av vinstmöjligheterna att träda in på marknaden och börja konkurrera med ett lägre pris. Exempel på inträdeshinder kan vara skalfördelar i produktionen men kartellen kan också aktivt försöka skapa hinder genom att t.ex. verka för regleringar som försvårar nyetablering (Carlton & Perloff, 2015; Pepall,

Richards & Norman, 1999; Levenstein & Suslow, 2006). Därför är det inte osannolikt att en kartell kan ha större förutsättningar att kunna höja priset och bibehålla den nivån i en miljö som kännetecknas av få substitut och ett litet tillskott av ny produktion från nyetablerade konkurrenter (Carlton & Perloff, 2015; Pepall et al., 1999). Levenstein och Suslow (2004) fann fyra studier i sin genomgång av totalt 16 stycken fallstudier där elasticiteten skattats och dessa pekade i samtliga fall mot att efterfrågan var icke-elasticisk där en kartell upptäckts. I övriga fall, utom ett, konstaterades enbart att efterfrågan var icke-elasticisk. Deras fynd ger ett visst stöd till teorin men givet att studierna genomförts på ett skevt urval (upptäckta karteller) är det inte tydligt till vilken grad det går att generalisera.

2.3.1 Att delta i ett kartellsamarbete

Beslutet för den enskilda aktören att ingå i en kartell baseras på en avvägning av nyttor gentemot kostnader. Företaget antas göra en uppskattning av vilka framtida vinster som kan genereras av att ingå i en kartell respektive av att stå utanför den (Connor, 2001). För att en potentiell kartellmedlem ska vara villig att samarbeta krävs att den förväntade vinsten av att delta, och höja priser eller begränsa produktionen, är större än att stå utanför den (Bos, 2009). Om vinsten av att ingå i ett kartellsamarbete är högre antas det vinstmaximerande företaget välja det alternativet.

Att det finns ett företag som finner att ett samarbete skulle kunna vara lönsamt är dock inte tillräckligt för att bilda en kartell. Initialt måste det finnas ett intresse från andra aktörer på en marknad, vilket innebär att ett företag som ser potentialen till kartellbildning måste identifiera likasinnade och komma överens om priser eller kvantiteter (Pepall et al., 1999). Här är det viktigt att komma ihåg att kartellverksamhet inte är laglig. Uppenbarligen är det fortfarande möjligt att komma i kontakt med likasinnade och komma överens eftersom karteller upptäcks nu och då, varav ett sådant fall har visats i inledningen. Men organiseringen är troligtvis i allmänhet omständig eftersom den inte kan ske öppet i och med risken för upptäckt (Pepall et al., 1999). Risken för upptäckt belyser också en aspekt som anknyter till eftergiftsprogrammet. Nämligen den att om en kartell bildas kommer medlemmarna oundvikligen att bevittna varandras lagöverträdelse och därigenom äga information som är till potentiell nytta för aktörer utanför kartellen, t.ex. Konkurrensverket (Spagnolo, 2008). Detta kan också fungera omvänt dvs. det bevittnande kan även användas som en hållhake att förmå kartellmedlemmarna att hålla sig till avtalet (mer om detta i avsnitt 2.4.1).

Givet att ett kartellsamarbete försvåras av dess status som illegal verksamhet finns det ändå faktorer som anses förenkla bildandet varav en av dem är en hög marknadskoncentration. Att mäta marknadskoncentration innebär att undersöka hur stor del av en marknads/branschs omsättning som är samlad hos de största aktörerna. Hur många företag som kan ingå i måttet varierar men det vanligaste är de fyra största (Carlton & Perloff, 2015). Marknadskoncentrationen gör att ett företag som kommit fram till att ett kartellsamarbete har potential att vara lönsamt kanske inte behöver kontakta särskilt många företag för att kunna bilda en kartell som har möjlighet att kontrollera en stor del av marknadens samlade produktion. Det är en fördel att vara få vid förhandlingar angående priser och kvantiteter mellan kartellmedlemmarna då dessa kan bli mindre kostsamma av den enkla anledningen att om det finns få aktörer är det också få som kan ha en avvikande åsikt och försvåra förhandlingen (Pepall et al., 1999). Dessutom, desto färre aktörer det är som innehar information om kartellsamarbetet desto färre potentiella avhoppare finns det som kan avslöja verksamheten. (Pepall et al., 1999). Detta skulle kunna innebära att potentiella medlemmar ser risken att upptäckas som mindre och att risken att få betala böter därmed blir mindre. Det finns flera empiriska studier som indikerar att en hög marknadskoncentration ofta förekommer där karteller har upptäckts. Levenstein och Suslow (2006) finner att en majoritet av marknaderna som ingick i deras studie hade en hög koncentration. Hay och Kelly (1974) finner att marknadskoncentrationen är över 50 % i 76 % av de marknaderna som studerats. Samtidigt är antalet företag som ingår i kartellerna få med 79 % som har tio eller färre medlemmar. Posner (1970) å andra sidan fann att kartellbildning främst ägde rum i marknader som inte hade hög koncentration. Istället fann han att en stor del av de undersökta kartellerna agerade på geografiskt sett små marknader, främst lokala och regionala. En möjlig förklaring är att dessa kan ha en hög koncentration på grund av att marknaderna är mindre, det finns alltså färre antal potentiella köpare, vilket antagligen leder till att antalet företag som kan verka där är färre. Detta kan göra att den marknadens totala produktion samlas hos färre antal aktörer och därmed blir koncentrerad. Det skulle därför kunna vara så att en marknad som är begränsad till ett visst geografiskt område t.ex. ett län eller en kommun kan ha en högre koncentration än en marknad som är nationell (Carlton & Perloff, 2015).

Det är inte bara verksamhetens struktur som kan tänkas medföra organisationskostnader för kartellen. Som exempel kan här tas förhandlingen om priser som kan vara mer eller mindre komplex. Stigler (1964) identifierade att många olika priser kan behöva förhandlas fram

beroende på hur pass homogen marknaden är. Harrington (2006) identifierade en varierande grad av komplexitet i prissättningen i sin undersökning av upptäckta och dömda karteller i EU mellan åren 1999-2004 som, beroende på produkttegenskaper, använde allt ifrån ett enda pris till andra invecklade regler som gav möjlighet till variation i priset. Det kan därför antas att en marknad med en förhållandevis låg grad av differentiering underlättar kartellbildning. Detta eftersom det kan vara enklare att komma överens om prissättningen desto mer lika förutsättningarna är för de involverade parterna, dvs. organisationskostnaderna kan förväntas vara lägre i en sådan miljö (Pepall et al., 1999).

Det är viktigt att framhäva att produkthomogenitet inte är den enda formen av likformighet som potentiellt sett kan underlätta kartellbildning. En potentiellt sett viktig sådan finns i kartellmedlemmarnas produktionsteknologi. Skillnader i den anses kunna vara en källa till oenighet mellan kartellmedlemmarna när gemensamma priser ska förhandlas fram (Connor, 2001; Levenstein & Suslow, 2006). Anta att en kartell vill producera en viss given mängd av en vara till ett gemensamt pris. Om företagen som ingår i ett kartellsamarbete har liknande teknologi har de ungefär samma effektivitet i sin produktion och deras marginalkostnad liknar varandras. Det leder till att deras kostnader vid en given produktionsnivå är relativt lika. Den givna produktionsmängden kan då fördelas relativt lika mellan kartellmedlemmarna och de kommer att generera ungefär samma vinst från kartellsamarbetet givet att de säljer till samma pris. Om det däremot finns stora skillnader i marginalkostnaden mellan företagen skiljer sig också vinsterna åt vid en given produktionsnivå och fördelarna med kartellsamarbetet fördelas i denna situation inte lika mellan aktörerna. (Pepall et al., 1999). De företag som har en relativt sett mer ineffektiv och kostsam produktion än andra kartellmedlemmar kan därför vilja ha högre priser än andra producenter i samarbetet. Detta kan i sin tur leda till mer utdragna förhandlingar och någon form av kompenationssystem kan behöva skapas som gör att de kartellmedlemmar som tjänar mer på samarbetet genom sin egen produktion betalar de som tjänar mindre. Eftersom skillnader i produktionseffektivitet kan vara en källa till oenighet mellan kartellmedlemmar och försvåra förhandlingar dem emellan skulle det kunna vara så att förutsättningarna för kartellbildning kan vara mer gynnsamma i äldre branscher där tillväxten i efterfrågan saktat ned (Connor, 2001).

2.3.2 Att upprätthålla ett kartellsamarbete

Om företagen kommer förbi kartellbildningens första stadium och de har lyckats identifiera varandra och förhandla fram priser som samtliga medlemmar accepterar kommer det andra stadiet, att hålla kartellsamarbetet intakt. I denna fas fortsätter företagen att kommunicera med varandra men syftet är nu att se till att samtliga företag som ingår i kartellen håller sig till det som har förhandlats fram, dvs. att inte någon tar ut andra priser än de överenskomna (Levenstein & Suslow, 2008; Stigler, 1964). Precis som i kartellbildningsstadiet finns det faktorer som kan underlätta detta. Den första är att det finns få företag på marknaden. Eftersom företagen kommunicerar med varandra och utbyter information kan det vara så att desto fler kontakter som upprätthålls och desto mer information som behövs bearbetas, desto fler resurser kan behövas användas. Kostnaden för att upprätthålla samarbetet kan därför vara stor om företagen är många (Bradburd & Over Jr., 1982).

Det är inte orimligt att anta att ett företag som befinner sig i det första stadiet och överväger att delta i ett kartellsamarbete tänker ett steg längre och även försöker uppskatta kostnaderna för att bibehålla ett samarbete. Därför kan det vara så att detta är en aspekt som påverkar beslutet att delta i kartellverksamheten. Det är viktigt att framhålla att det empiriska stödet för den här faktorn är svårtolkad. Det finns studier som indikerar att antalet företag på marknaden skulle kunna ha en inverkan på kartellernas livslängd men åt andra sidan finns det andra studier som inte gör det. Hay och Kelley (1974) finner att en majoritet av de mest långlivade kartellerna i deras urval finns på marknader med ett litet antal företag. Samtidigt finner Posner (1970) ingen större skillnad mellan antalet företag på marknaden och kartellernas livslängd. I anknytning till detta finner också båda att studierna tyder på att användandet av branschorganisationer är vanligt förekommande i kartellverksamhet, vilket även Simonsson (2010) gör där omkring 40 % av de undersökta kartellerna använt sig av dem.

Anknytningen mellan karteller och branschorganisationer är följande, de antas underlätta utbytet av information mellan samarbetande företag eftersom de kan utgöra en möjlig gemensam samlingspunkt. Kostnaden för att inhämta information kan i och med det vara lägre (Carlton & Perloff, 2015). Detta skulle kunna förklara varför karteller med relativt många medlemmar använt sig av dem (Hay & Kelley, 1974; Fraas & Greer, 1977; Levenstein & Suslow, 2006).

En annan faktor som kan underlätta bevarandet av en kartellöverenskommelse är att omgivningen som kartellen verkar i är stabil. Med det menas att efterfrågan på produkten och priserna på insatsvaror inte ändras ofta och att storleken på varje förändring är liten (Pepall et al., 1999). Orsaken till att detta anses förenkla kartellsamarbeten är att i en miljö med relativt sett förutsägbara förändringar finns det färre anledningar som kan förklara en prissänkning hos någon av kartellmedlemmarna, och det kan vara lättare att upptäcka företag som bryter mot kartellöverenskommelsen. När förhållandena inte är stabila utan ändras ofta kan dessa prissänkningar bli svårare att upptäcka eftersom det är svårare att avgöra vad som är ett normalt beteende för ett företag. En kraftig prissänkning skulle kunna förklaras lika bra av en kraftig nedgång i priset på någon insatsvara som av att ett företag försöker kringgå kartellöverenskommelsen (Carlton & Perloff, 2015). Kartellverksamhet skulle därför kunna vara enklare att upprätthålla under perioder med en stabil och förutsägbar utveckling av efterfrågan och priser på insatsvaror.

2.4 Eftergiftsprogrammet

Vilket tidigare har beskrivits (se 1.1) hindrar karteller den fria konkurrensen och ämnar driva upp priserna på marknaden vilket gör att de bryter emot konkurrenslagen, till nackdel för konsumenterna (Konkurrensverket, 2015c, Carlton & Perloff, 2015). Då det är förbjudet för företagen att avsiktligt begränsa den fria konkurrensen medför detta att kartellverksamheten är en dold verksamhet och information om karteller är därav svår att komma i besittning av då bevisen är väl gömda (Europeiska Kommissionen, 2016; OECD, 2016). Av tidigare påvisade orsaker (se 2.3.1) är det medlemmarna själva som har störst inblick i kartellverksamheten och dessa saknar incitament att dela med sig av information till konkurrensmyndigheten då ett avslöjande av gruppen skulle leda till ekonomiska förluster (Konkurrensverket, 2015c; United Nations, 2010).

I ett försök att få kartellernas medlemmar att avslöja sig själva och därav spränga kartellen har EU, och därav Sverige, infört ett antal riktlinjer för sina medlemsländer för att motverka skapandet av karteller vilket nämnts i bakgrunden (se 1.1). Syftet med eftergiftsprogrammet är att hitta och upptäcka marknadsbegränsningar, eller som i detta fall - konkurrensbegränsningar, samt att förhindra dessa marknadsimperfektioner (Konkurrensverket, 2016a). Programmet innebär essentiellt att den medlem i kartellen som först informerar Konkurrensverket om verksamheten äger rätt att ansöka om att slippa straff,

s.k. eftergift. Det är enbart det företag som först anmäler kartellen som äger rätt att ansöka om eftergift, de resterande företagen kan ansöka om nedsättning av konkurrensskadeavgiften⁴ (Konkurrensverket, 2016; KKVFS 2015:1). Valet att ansöka om nedsättning av konkurrensskadeavgiften är endast tillämpligt om det ansökande företaget ger Konkurrensverket tidigare okänd information. Skulle det visa sig att företaget uteslutande instämmer i redan framförd information av ett annat företag kan det inte ansöka om denna nedsättning (Gerde, 2016). Det finns underlag som tyder på att denna modell, att enbart ett företag erbjuds eftergift och att konkurrensavgiften bestäms individuellt, är den mest framgångsrika (OECD, 2016; United Nations, 2010; Spagnolo, 2003). Spagnolo framlyfter att hans undersökning antyder att en realistisk konsekvens av att eftergiften skulle erbjudas till fler än ett företag skulle vara att den potentiellt maximala vinsten av eftergift skulle upplevas ha minskat. Vidare, om konkurrensskadeavgiften skulle efterges helt, dvs. om kostnaden är noll även för resterande kartellmedlemmar, borde det inte finnas något incitament enligt Spagnolos resonemang att ansöka om eftergift. Han påvisar även att denna effekt är närvarande så pass länge programmet ger den som ansöker om eftergift ett lika högt eller högre straff än för de kartellmedlemmar som inte får eftergift (Spagnolo, 2005)

2.4.1 Eftergiftsprogrammens påverkan på kartellen

Ett effektivt eftergiftsprogram antas kunna minska kartellbildning och störa existerande karteller genom att påverka kostnaden, den explicita kostnaden såväl som den implicita, för att skapa samt upprätthålla kartellsamarbetet (Harrington & Chang, 2015; United Nations, 2010). Med den explicita kostnaden syftas det på den monetära kostnaden och med den implicita kostnaden, som inte kan mätas lika lätt, syftas det på exempelvis tidskostnaden (Frank, 2009). Den totala kostnaden att skapa och upprätthålla en kartell måste vara låg relativt sett den förväntade förtjänsten för att det ska vara ett val som det vinstmaximerande företaget finner intresseväckande. Att programmet anses effektivt är fundamentalt då programmet enbart är åtrovärt om det väntas fungera och faktiskt ses som ett rationellt val av företagen (Harrington & Chang, 2015). Enligt Förenta Nationerna skulle ett ineffektivt eftergiftsprogram kunna leda till att ett företag som önskar avbryta ett kartellsamarbete istället försöker ta sig ur utan att meddela konkurrensmyndigheten om den existerande kartellen (United Nations, 2010). Det möjliga agerandet att ansöka om eftergift antas göra det dyrare,

⁴ Kan även refereras som skadestånd eller böter (Konkurrensverket, KKVFS 2015:1)

alltså mer slitsamt, att skapa och upprätthålla en illegal verksamhet genom att kartellmedlemmarna nu har mer incitament att vara först med att avbryta samarbetet (Konkurrensverket, 2016a; Europeiska Kommissionen, 2016; Spagnolo, 2003). Den bakomliggande anledningen till denna motivation att vara först med att avbryta samarbetet är grundat i vetskapen att enbart det företag som först anmäler verksamheten har rätt att ansöka om eftergift. Förhoppningen är att detta ska leda till misstänksamhet och försvårningar i kartellsamarbetet (Konkurrensverket, 2016a; Hammond, 2000). Vilket nämnts i kartellteorin (se 2.3.1) har kartellverksamhet den egenheten att medlemmarna bevitnar sitt egna och andras agerande. Möjligheten att kunna ansöka om eftergift borde alltså medföra, utöver det som nämns ovan i avsnittet, att hotet att de resterande kartellmedlemmarna avslöjar ens egna olagliga förehavanden blir neutraliserat. Därmed blir valet att avbryta kartellsamarbetet ett mindre kostsamt sådant för det skvallrande företaget att göra (Harrington & Chang, 2015; Spagnolo 2005).

Eftergiftsprogrammet antas även kunna minska kartellbildning genom att påverka det förväntade straffet för delaktigheten i den illegala verksamheten vid upptäckt, och på så sätt få fram en avskräckande effekt. Även om hotet att få sitt illegala agerande avslöjat är tillintetgjort för den förste anmälaren av kartellen, gäller inte detta för de andra (Simonsson, 2010). För de andra medlemmarna är hotet att detaljerade uppgifter kommer fram angående ens egna förehavanden väldigt verkligt. Det beror på att den utredande myndigheten kan få tillgång till bättre information om verksamheten när en tidigare medlem fungerar som informatör och vittne. Med ett insatt vittne finns det en möjlighet att eventuella olagligheter kan styrkas med dokumentation och detaljriktighet som annars inte skulle vara möjlig (Harrington & Chang, 2015; Spagnolo, 2008).

Programmet antas även minska den förväntade lönsamheten att delta i kartellverksamheten då risken att kartellen upptäcks, och därav risken att bli straffad, ökar då incitamentet att bryta avtalet ökat för samtliga medlemmar. Oddsen att ett företag kan få en vinst likt monopolföretaget borde ha minskat i och med eftergiftsprogrammet (Konkurrensverket, 2016a).

Annorlunda uttryckt är dels den förväntade kostnaden nu högre att delta i kartellverksamheten, och relativt tidigare har den möjliga vinsten att uppnå nu minskat i och

med införandet av eftergiftsprogrammet. Det lönar sig alltså inte enbart att skapa en kartell utan det lönar sig nu även att gå ur en kartell (Carlton & Perloff, 2015). Enligt Konkurrensverket (2016a) och Europeiska Kommissionen (2016) är det exakt detta incitament som de önskar påverka, eller med andra ord göra mer attraktivt, för att få medlemmarna i en kartell att vilja anmäla sig själva. För Konkurrensverkets del väntas eftergiftsprogrammet även minska de monetära kostnaderna att undersöka samhällets olika sektorer genom att ett effektivt program antas öka kartellmedlemmarnas egna incitament att anmäla sig. Myndighetens egentliga arbetsbörda antas alltså minska i och med implementeringen av eftergiftsmodellen (Simonsson, 2010; Spagnolo, 2003).

2.5 Sammanfattning

Genom att utgå ifrån företagets strävan efter vinstmaximering och använda detta som beslutsregel för den potentielle kartellmedlemmen, kan det vara så att ett företag finner det mer lönsamt att ingå i ett kartellsamarbete än att konkurrera. Vad vinstmaximeringen säger om företagets beteende i en sådan situation är att ett kartellsamarbete kommer att inledas då det är genom ett sådant samarbete som vinsten väntas maximeras. Kartellteorin hjälper till med att identifiera situationer där ett kartellsamarbete kan antas vara enklare att implementera och att upprätthålla i termer av kostnader för organisation (hög marknadskoncentration och homogen produktionsteknologi m.m.) och möjligheten att höja priser (differentiering och inträdeshinder). Eftergiftsprogramsteorin ger oss möjlighet att identifiera de aspekter av ett program som gör att det skulle kunna ha förutsättningar att motverka kartellbildning. Ett exempel på en sådan aspekt är att företags incitament att bilda en kartell väntas påverkas negativt när myndigheten kan stärka sin bevisföring genom den information som eftergiften ger tillgång till då detta väntas leda till högre straff för de kartellmedlemmar som blir upptäckta.

3. Byggbranschen

I denna del kommer det att gås djupare in i byggbranschen. Delen kommer att börja med att belysa vad byggbranschen är och vad som särskiljer den från andra branscher. Den definition av byggbranschen som nämnts (se 1.5.3) kommer uteslutande att användas. Efter detta kommer det lyftas fram hur strukturen av branschen faktiskt ser ut och vilka möjligheter som finns för kartellbildning genom att beskriva marknadskoncentrationen, inträdeshindrena och vinstmöjligheterna.

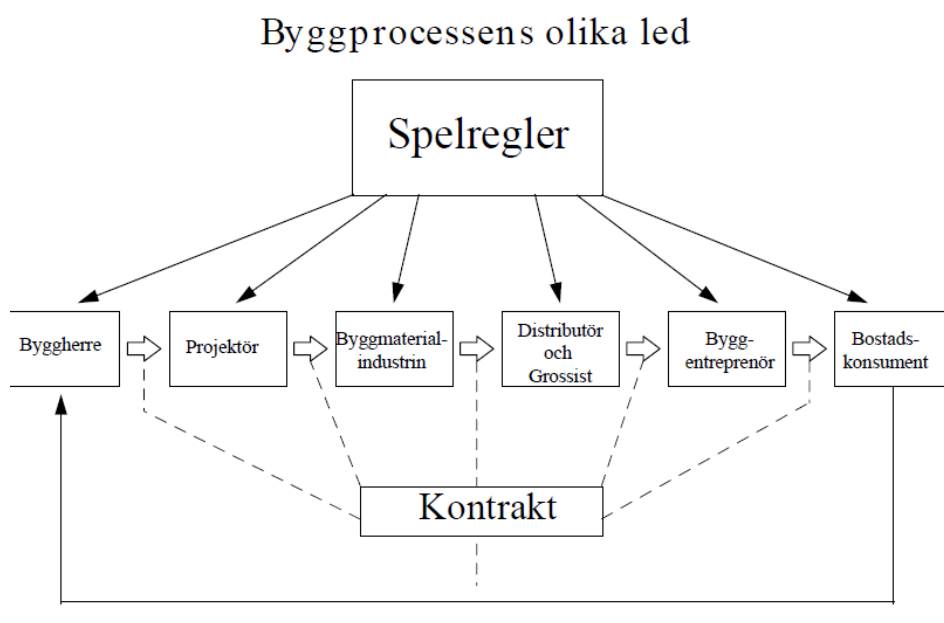
3.1 Byggbranschens utveckling fram tills idag

Byggsektorn är en gammal bransch som inte har ändrats mycket sedan dess början (Lindberg, 2008). Den anses vara speciell, eller inneha särpräglade egenskaper gentemot andra branscher i Sverige av en mängd olika anledningar. Exempelvis har branschen en enorm inverkan på ekonomin och den har lyckats fortsätta vara fundamental för landet även om den är relativt oförändrad, vilket i sig är ovanligt då förnyelse och överlevnad ofta går hand i hand (Eriksson, 2013). I byggbranschen har dock de nya företagen i branschen haft en tendens att erbjuda samma varor och tjänster likt de gamla företagen. Strävan efter förnyelse har alltså inte alls varit lika framträdande i denna bransch som i andra. Tvärtom har det visat sig att försök till innovation stundtals har valts bort till förmån för det mer traditionella, och nytänkande i byggbranschen kan därmed bli en kostsam affär (Lindberg, 2008). Byggsektorn och dess process verkar således ha anpassats till rådande struktur snarare än tvärtom vilket särskiljer sektorn från annan industriell verksamhet (SOU 2000:44).

Redan under 30-talskrisen ansågs byggsektorn vara avgörande för att komma ur krisen då byggbranschen historiskt sett alltid genererat i en mängd arbetstillfällen genom såväl konstruktion som genom tillverkning av material (Schön, 2000; Strömberg, 1988). Denna tanke har bestått tills idag och fortfarande anses byggindustrin vara en viktig motor för samhällsekonomin då den även idag ger upphov till en mängd olika arbeten såsom arkitekter, byggnadskonstruktörer och fastighetsförvaltare (Lindberg, 2008; Konkurrensverket, 1996) Marknaderna för byggtjänster och byggmaterial är bara några av de delar som tillsammans bildar det system som utgör byggsektorn (Konkurrensverket, 1996). Den traditionella byggprocessen är uppdelad och ser olika ut beroende på vilken del av kedjan som studeras och byggprocessen anses omfatta allt från byggnation och planering till finansiering och förvaltning av bostäder (SOU 2000:44; Konkurrensverket, 1996). Denna byggprocess kan

beskådas i nedanstående figur där bostadskonsumenten exemplifieras som den slutgiltige aktören i processen, men processen är giltig för alla typer av byggprojekt (Konkurrensverket, 1996).

Figur 2. Byggprocessen



(Källa: Konkurrensverket, 1996) Ovanstående figur visar byggprocessen på ett överskådligt sätt.

Vilket visas av figuren ovan är det många delmoment som spelar roll i byggprocessen, och för att byggprojektet ska bli av måste samtliga aktörer vara samspelade.

Byggsektorn anses även vara speciell då den i grunden präglas av en platsbundenhet och sin hemmamarknad. Att exempelvis bygga ett hus och sedan transportera detta till Spanien är inte speciellt vanligt, och även om det skulle vara det skulle ändå någon behöva sätta huset tillrätta när det väl kommit fram (Lindberg, 2008; Konkurrensverket 1996). Byggsektorn har alltså historiskt sett varit skyddat emot utländsk konkurrens tillskillnad ifrån resterande av svensk industri (Lindberg, 2008). Utöver detta har byggsektorn en lång investeringshorisont och binder kapital under en lång period. Enbart handläggningen av en ansökan om bygglov för personligt bruk av en privatperson kan ta upp emot tio veckor, och skulle det behövas kan kommunen förlänga denna handläggning med ytterligare tio veckor (Omboende, 2015). Dessutom är branschen förknippad med höga investeringskostnader i mångmiljardklassen (SOU 2015:105). Detta har medfört att mindre aktörer har haft svårt att slå sig in på

marknaden då de ofta har mindre omsättning och därav brukar ha större behov av snabb avkastning (Lindberg, 2008; SOU 2015:105). Offentlig reglering av byggprojekt fick därmed tidigt belägg och branschen har därav fått allt från finansiering till markanvändning och byggnormer utarbetat centralt. Därmed enligt Lindberg legitimerades idéer om att byggprocesserna och bostäderna skulle vara ett undantag från marknadsprissättning.

Det var alltså vedertaget tidigt att byggsektorn var säregen och speciell samt fundamental för den ekonomiska tillväxten (Lindberg, 2008). Denna idé om byggsektorn gav legitimitet åt ingrepp på marknaden och var en av anledningarna till att kartellerna kunde etableras (Lindberg, 2008). Att staten sedan länge även tagit ansvar genom kreditgivning och subventioner för att stabilisera produktionen stävade inte direkt framfarten av karteller menar han.

3.2 Marknadskoncentration och antal företag

Det finns idag 22 989 stycken företag vilka kategoriseras som byggföretag, och sett till antalet anställda är flertalet av dessa mindre företag (SCB, 2015b; Sveriges Byggindustrier, 2015).

De 30 största aktörernas andel av branschens totala omsättning har under perioden 2003-2012 varit tämligen oförändrad med en konstant andel på ungefär 30 %. De fyra största aktörerna i byggbranschen är NCC, JM, Skanska och Peab. Om mätningen begränsas till dessa fyra största företagens andelar av de 30 största aktörernas omsättning i branschen, ligger marknadsdominansen på en nivå motsvarande 72 % enligt den senaste mätningen som skedde år 2012. Alltså ligger de fyra största aktörernas omsättning på strax över 21 % av marknadens totala omsättning. Under nämnda tidsperiod kan det också sägas att de fyra största företagens andelar av de 30 största företagens omsättning har tenderat till att minska eftersom den låg på nära 78 % vid periodens början. Alltså låg kvartettens omsättning tidigare på närmare 24 % av marknadens totala omsättning. Dessa nämnda siffror visas i nedanstående tabell.

Tabell 1. De fyra största företagens andelar av de 30 största företagens omsättning vid år 2003 respektive 2012.

Företag	2003		2012	
	Omsättning i Sverige	De fyra företagens andel av 30 största företagens omsättning (%)	Omsättning i Sverige	De fyra företagens andel av 30 största företagens omsättning (%)
Skanska	23 680	29	31 060	21
PEAB	17 997	22	37 289	25
NCC	16 899	21	31 338	21
JM	5 877	7	9 982	7
Totalt	64 453	78	109 669	72
Totalt 30 största företagen	82 416	100	151 895	100

(Källa: Konkurrensverket, 2015a). Egen bearbetning

Kvartettens andelar på de stora regionala marknaderna i Stockholm, Göteborg och Malmö har också minskat något under de senaste decennierna och deras samlade andel utgör idag i stort sett runt 30 % på de tre regionala marknaderna. Detta gäller både för entreprenadverksamhet och egenutvecklade projekt. Malmö är den storregion som de fyra företagen har störst dominans i (Konkurrensverket, 2015a). För att sätta in detta i en kontext kan det lyftas fram att detta sker under en period där både investeringarna i ny- och ombyggnad av bostäder har visat tendens på att öka (Sveriges Byggindustrier, 2015). En sannolik förklaring till vad som verkar ske, enligt en offentlig utredning, är att den ökande efterfrågan kan ha medfört en större mängd möjligheter för företagen i branschen, och därmed också för andra aktörer än de största. Den ökade efterfrågan på ombyggnad kan särskilt ha medfört möjligheter för mindre lokala aktörer som borde stärkas på grund av att de är mer verksamma inom denna del av branschen (SOU 2015:105).

3.3 Inträdeshinder

Ett exempel på ett inträdeshinder till marknaden är när byggföretagen själva agerar offensivt och försöker få bort konkurrens. Lindberg (2008) menar att ett kännetecknande drag för byggbranschen är att många företag ansluter sig till olika branschorganisationer. Genom sådan organisering kan sedan företagen genomföra kollektiva förhandlingar med centralmakten om exempelvis hur byggnormerna bör se ut, och försöka rekommendera att sätta dessa till höga och kostsamma standarder. På detta sätt kan byggföretagen implicit skapa inträdeshinder genom statsmakten och förhindra konkurrens från mindre företag då de mindre företagen inte har lika bra förutsättningar att nå den höga standarden (Lindberg, 2008; Norgren, 2005).⁵ Ett annat sätt en organiserad bransch kan märkas av är när starka branschorganisationer sprider kataloger med rekommenderade priser och därav kan påverka prisnormerna i branschen. De naturliga prismekanismerna ersätts då helt enkelt av olika partsförhandlingar. Lindberg konkluderar att starka branschorganisationer länge har påverkat vem som får bygga och hur byggandet ska ske medan Konkurrensverket instämmer i att samarbete länge har präglat byggbranschen både på gott och ont (Lindberg, 2008; Maskinentreprenören, 2008)

Ytterligare ett hinder som varit framträdande har bevisats genom den relativt låga konkurrensen från utländska företag (Lindberg, 2008; Norgren, 2005). Vilket påpekats (se 3.1) har detta tidigare mycket berott på platsbundenhet, men det har även berott på att de svenska byggnormerna och reglerna varit starka vilket begränsat handeln och därav begränsat konkurrensen från utlandet enligt dåvarande generaldirektören för Konkurrensverket Claes Norgren (2005). Uppenbara inträdeshinder för utländsk konkurrens har exempelvis tidigare varit att företag varit tvungna att skaffa näringsstillstånd och tillstånd av Länsstyrelsen för att förvärva egendom, samt arbetstillstånd till arbetskraften (Lindberg, 2008).

Utöver att det finns problem för företag att ta sig in på själva marknaden, finns det även hinder i branschen att expandera. Det finns indikationer på att branschen i många fall är uppdelad i flera mindre geografiska delmarknader. Orsakerna till detta är flera där exempelvis en är höga kostnader för personal. Eftersom produktionen sker på plats medför det att ett

⁵ Vilket framlyfts (se 3.2) har detta tillvägagångssätt att försöka stänga ute konkurrenter inte fungerat felfritt då det finns ett antal småföretag.

företag behöver ha sin personal belägen där och om byggarbetsplatsen ligger långt ifrån företagets bas kan det medföra stora extra kostnader. Företaget kan bli tvunget att ordna boende för de anställda på den plats där arbetet sker och därmed är ofta det därför billigare att rekrytera den lokala arbetskraften (Konkurrensverket, 2007). En annan orsak gäller de kommunala regelverk som omgärdar tilldelningen av mark och bygglov. De är inte lika mellan kommunerna vilket innebär att en potentiell producent behöver spendera resurser i form av tid, extra arbetskraft och liknande för att kunna förvärva mark eller få bygglov beroende på var denne vill bygga någonstans (Konkurrensverket, 2007; 2013). Detta kan medföra effekten att mindre aktörer som inte kan avvara resurserna till detta kan få det svårare att etablera sig på marknader utanför sin egen hemmamarknad. Lindberg (2008) menar att de hårda regleringarna på marknaden var en av anledningarna till att byggsektorn blev oligopoliserad från början. Etableringshindren på marknaden höll tillbaka konkurrenstrycket i sektorn.

När väl företaget tagit sig förbi ovanstående hinder och är redo för att bygga är det också redo att ta emot anbud för olika tjänster. Beroende på för vilken summa som upphandlingen sker för finns det olika regler som ett företag måste förhålla sig till. Sker upphandlingen inom stat och kommun finns det regler för rätt tillvägagångssätt i Lagen om Offentlig Upphandling (LOU 2007:1 091). Sedan år 2014 är det ett krav att en myndighet har dokumentation på all upphandling vars värde överstiger 100 000 kronor (Konkurrensverket, 2016b). All upphandling under 534 890 kronor är enligt LOU tillåten att ske utan annonsering (Konkurrensverket, 2016b). Alla företag som har sitt säte i EU har rätt att delta i offentlig upphandling om värdet av upphandlingen överstiger de bestämda tröskelvärdena. För byggtreprenader är tröskelvärdet 5 225 000 euro. För ett utländskt företag anses samtliga värden över denna bestämda summa vara höga nog för att det ska vara lockande att börja en förhandling. Alltså de motsvarande investeringarna är stora nog, och kommer förhoppningsvis ge nog med avkastning för att det ska vara värt att lägga ett anbud på upphandlingen för ett utländskt företag (Europeiska Unionen, 2016). Den senaste statistiken som genomfördes visade att gruppen ”byggbranschen”⁶ var den grupp med flest antal anbud för varje

⁶ I rapporten av Konkurrensverket kategoriserades alla upphandlingar i olika grupper. Gruppen som heter ”byggbranschen” i uppsatsen innehöll upphandlingar från arkitekt-, bygg-, ingenjör- och besiktningstjänster. Då samtliga tjänster faller under denna uppsats, samt Konkurrensverkets, definition av vad byggbranschen är, har vi valt att enbart döpa om gruppen till ”byggbranschen” för att undvika oklarheter.

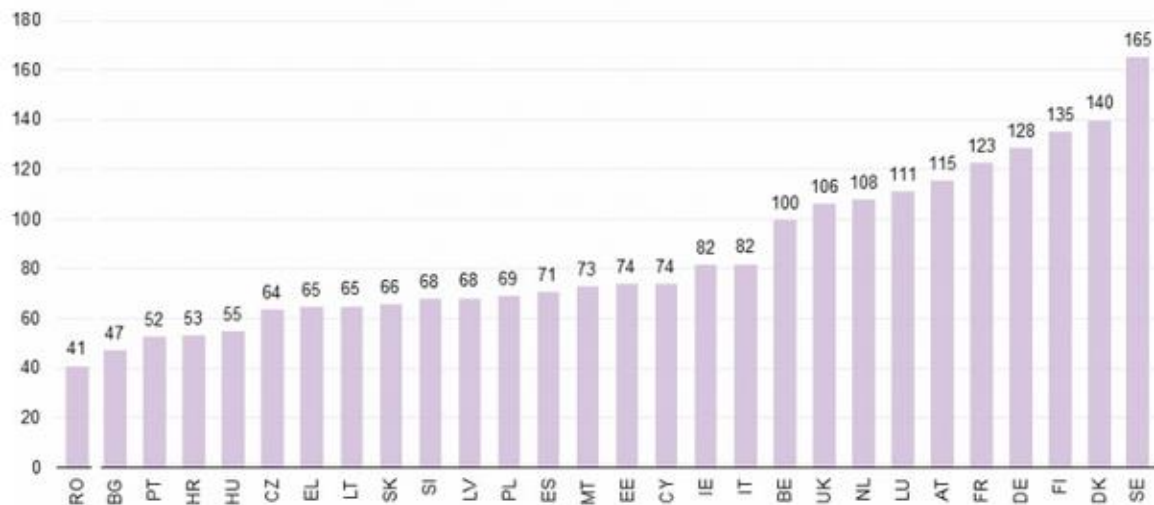
upphandling (Konkurrensverket, 2015d). Gruppen fick i snitt åtta anbud per upphandling enligt rapporten jämfört med genomsnittet som låg på 4,5 anbud.

3.4 Vinstmöjligheter

För att det skall bildas en kartell måste det finnas vinstmöjligheter att utnyttja på marknaden, att bilda en kartell är inte riskfritt och vilket tagits upp i kartellteorin görs detta enbart om ett företag tror sig veta att förtjänsten av den illegala verksamheten kommer att vara större än förlusten om de blir upptäckta (se 2.3.1). Vilket även nämnts (se 3.1) finns det stora möjligheter att göra lönsamma affärer i byggbranschen med anledning av hur branschen idag är strukturerad samt med tanke på hur höga investeringar som görs i branschen. Uppskattningsvis har byggbranschen omsatt över 530 miljarder kronor per år enligt en rapport från branschorganisationen Sveriges Byggindustrier (2015). Konkurrensverkets rapport (2012) är ännu generösare och uppskattar att byggindustrin omsätter närmare 600 miljarder per år. År 2014 sysselsatte byggbranschen närmare 311 000 stycken personer och enbart bygginvesteringarna uppgick till 388 miljarder kronor, vilket motsvarade hela 10 % av svensk BNP (Sveriges Byggindustrier, 2015).

Vilket påpekats (se 3.3) är byggindustrin oligopoliserad och en effekt av att företag befinner sig i oligopolmarknader är att producenterna kan ta ut högre priser, och därmed högre vinster (Lindberg, 2008). Studier har visat att arbetstagare stärks av att arbeta för ett företag i oligopolmarknaden, att deras förhandlingskraft stärks och därav deras inflytande på marknaden, vilket uppvisas i arbetstagarnas lönebesked (Lindberg, 2008). Företag inom oligopoliserade branscher tenderar att ge med sig för lönekrav och betala högre löner beroende på att de dels förväntar sig ta ut högre vinster och dels för att de senare väntar sig kunna lägga över kostnaderna på konsumenterna genom prishöjning (Beck & Watson, 1988). I princip blir det därmed konsumenterna som betalar löneskillnaden för arbetstagarna, inte företagen själva. Hur väl denna transferering av kostnader kan genomföras skiljer sig från företag till företag samt inom vilken bransch företaget verkar inom och huruvida det är möjligt att pressa upp priserna. Asfaltkartellen bevisade, hur svårt det än må vara att mäta prisseffekterna av kartellsamarbete, att vinstmarginaler går att hitta och att det är möjligt att genom bra samarbete pressa upp priserna (Norgren, 2005). Att priserna går att pressa upp även i byggbranschen visas enligt nedanstående figur av branschtidningen Byggindustrin (Bennewitz, 2015). I figuren visas byggpriserna i Sverige och jämförs med andra EU-länders.

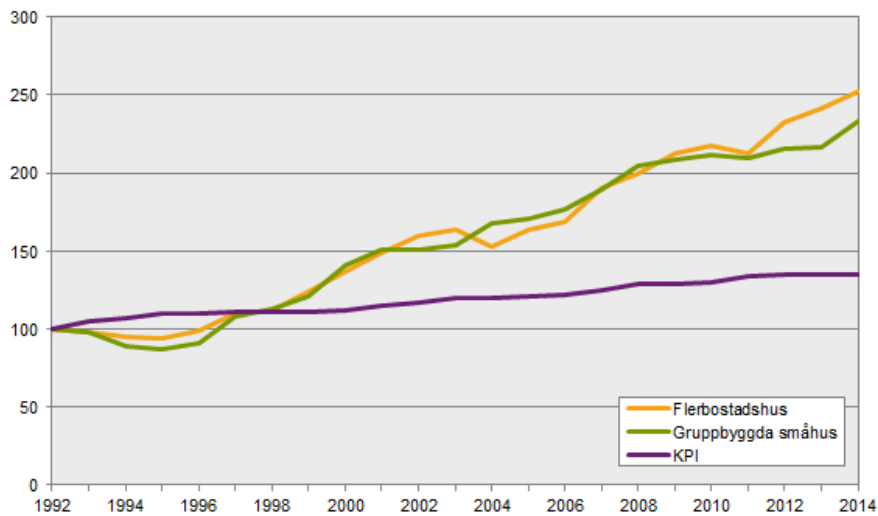
Figur 3. Byggpriser 2015



(Källa: Byggindustrin, 2015). En jämförelse mellan EU-ländernas byggpriser, där genomsnittet är satt till 100. Sverige ligger allra högst med 165.

Ovan i figuren från år 2015 kan det utläsas att svenska byggpriser i sin helhet toppar listan i EU-länderna och Sverige är en klar segrare gentemot Danmark som innehar andraplatsen. Att byggpriserna idag är så pass höga är ingen överraskning då Sverige under en längre tid toppat denna lista över byggpriser och dessa fortsätter att stiga gentemot det svenska konsumentprisindexet (SCB, 2015a; Norgren, 2005). En av de stora bakomliggande anledningarna till de höga byggpriserna anses vara att de stora byggföretagen: Peab, Skanska, NCC och JM, tar ut enorma vinster på framförallt bostadsrätter (Nylander, 2013; Lucas & Spängs, 2013). Mikael Södergren, dåvarande lagbas på JM, instämmer i tolkningen av byggpriserna och säger att det är väldigt troligt att det är strävan efter den maximerade vinsten som ligger bakom dessa. Han säger även att detta vinstmål leder till att priserna på en bostad sätts till det som någon är villig att betala för, vad själva byggandet egentligen kostar är inte en viktig faktor (Nylander, 2013). Nedanstående figur exemplifierar prisutvecklingen för den del av byggbranschen som är nybyggda bostäder, även om samma slutsats är giltig för branschen i helhet då prisutvecklingen varit densamma i stort sett (Norgren, 2005). Figuren visar den stigande prisutvecklingen jämfört med KPI under de senaste åren där året 1992=100. Figuren har tagit hänsyn till att byggbranschen ibland får subventioner från staten och har gjort avdrag för dessa.

Figur 4. Byggnadsprisindex 2015



(Källa: SCB, 2015a)

Vad Byggnadsprisindexet (BPI) visar är att vid start av ett byggprojekt har byggherren uppskattat priser för byggandet, och i denna kalkyl brukar den planerade vinsten för slutprodukten vara medräknad (Lindkvist).

Enligt SVTs undersökning som är gjord av Nylander (2013) har vinsterna varit mindre elastiska än den faktiska efterfrågan, dvs. vinsterna har fluktuerat mindre än efterfrågan. Detta har möjliggjorts då företagen istället för att sänka priserna har minskat sin produktion och utnyttjat att det finns brister i tillgång av mark som det går att bygga på. Enligt undersökningen visar detta på att företagen har möjlighet att själva sätta priserna på marknaden och dessa företag är alltså inte är pristagare utan prissättare och deras vinster är enorma. Enligt artikeln ”Höga krav på vinst en orsak till bostadsbristen” har de fyra byggjättarna ett avkastningskrav på närmare 20 % (Lucas & Spängs, 2013). Dessa krav avspeglar verkligheten och exempelvis i redovisningen för året 2015 uppvisade NCC en vinst på 2,1 miljarder kronor vilket överträffade företagets egen förväntning. Avkastningen på eget kapital blev 26 % vilket även detta var över förväntan, då målet är 20 % (Fastigheten, 2016). Ett annat exempel är Peab som redovisar att deras vinst före skatt för enbart detta årets första kvartal är 216 miljoner kronor, vilket är en ökning jämförelsevis med förra årets vinst för motsvarande kvartal som var 106 miljoner (Dagens Nyheter, 2016).

4. Eftergiftsprogrammet

I denna del kommer den empiriska delen att fortsätta, och eftergiftprogrammet samt dess utformning kommer att beskrivas

4.1 Översiktligt om eftergiftsprogrammet

År 2001 möjliggjordes det i Sverige att inkorporera EU-kommissionens konkurrensregler och år 2002 reviderades reglerna ytterligare och blev mer detaljerade för att underlätta implementeringen av eftergift (Ganslandt, 2008). Vid den här tidpunkten skapades möjligheten för ett företag som ingått i ett kartellsamarbete att få eftergift alternativt en nedsättning av konkurrensskadeavgiften (Konkurrensverket 2014a). För att erhålla detta finns krav som innebär att eftergift ges till den kartellmedlem som är först med att ta kontakt med Konkurrensverket och samarbetar till fullo (OECD, 2007). Anmäler sig två företag samtidigt till eftergift kvalificerar sig ingen av dem, enbart en kan få eftergift. Detta har dock aldrig hänt tidigare i Sverige och regeln har därmed aldrig behövts tillämpas (Gerde, 2016). Sverige är också medlem i European Competition Network (ECN) som är ett samarbete mellan olika EU-länders konkurrensmyndigheter och EU-kommissionen (ECN, 2012; Bäckström, 2016). Samarbetet innebär bland annat att konkurrensmyndigheten i respektive land ska verka för att nationella eftergiftsprogram ska efterlikna det modellprogram som utformats inom ECN (SOU 2006:99). Det medför att eftergiftsprogrammet i Sverige liknar det som idag existerar i EU. Den bakomliggande anledningen till det samarbetet är att det inte ska löna sig att ansöka vid en viss statsmyndighet för en kartell och på detta tillvägagångssätt sedan dra otillbörlig fördel genom att anmäla sig till ett annat land. I Sverige har både Europeiska Kommissionen och Konkurrensverket jurisdiktion enligt den svenska konkurrenslagen samt enligt artikel 101 i "Fördraget om Europeiska unionens funktionssätt" (FEUF) (Konkurrensverket, 2016a). Alltså har bägge möjlighet att behandla en ansökan om eftergift i Sverige men oftast väljs en av dem av effektivitetsskäl. (Bäckström, 2016).

Den senaste revideringen av regelverket genomfördes år 2014 i och med införandet av ett kölappsystem i samband med ansökan om eftergift, och Konkurrensverket omarbetade sina allmänna råd för eftergift (KKVFS 2015:1; Konkurrensverket 2014b). I genomsnitt får Konkurrensverket fem ansökningar om eftergift per år (KKVFS 2015:1), vilket skulle innebära att programmet renderat i ungefär 65 stycken under dess totala livstid.

4.2 Eftergift

Det finns flera möjligheter för ett företag att kvalificera sig för eftergift. Visserligen är det endast ett företag som kan få eftergift men det finns dock olika situationer som ger rätt till detta och som grundar sig i vad Konkurrensverket redan vet om kartellverksamheten när ansökan görs. Om ett företag lämnar in information som leder till att myndigheten kan utföra en undersökning hos en aktör som misstänks för kartellverksamhet, dvs. informationen är så pass användbar att en undersökning kan inledas på grund av den, kan ett företag få eftergift. Men det finns ytterligare ett antal krav som ställs på det ansökande företaget som måste uppfyllas. Initialt måste anmälaren överlämna alla tillgängliga uppgifter till myndigheten, exempel på sådana kan vara namngivning av andra företag i kartellen, det geografiska området som kartellen verkar inom eller vilken typ av produkt som verksamheten inbegriper. Utöver det krävs ett aktivt samarbete med Konkurrensverket under den fortsatta utredningen vilket innebär att kartellmedlemmen ska underlätta myndighetens arbete genom att överlämna eventuell ny information som tillkommit sedan ansökan om eftergift gjorts. Skulle ett företag försvåra utredningen kan anmälaren förlora sin rätt till eftergift. Exempel på detta skulle kunna vara att varna andra kartellmedlemmar eller på annat vis försvåra hanteringen av utredningen genom att avslöja vilken information som har lämnats till Konkurrensverket. Vidare krävs det också att företaget upphör med kartellverksamheten i det fall den fortfarande pågår vid ansökningstillfället. (KKVFS 2015:1)

Om det istället skulle vara så att Konkurrensverket redan har tillräcklig information för att inleda en utredning finns det fortfarande möjlighet för en kartellmedlem att få eftergift. Det krävs då att informationen som anmälaren lämnar är särskilt värdefull och leder till att det går att visa att kartellverksamhet faktiskt har förekommit, exempelvis dokumentation om möten mellan kartellmedlemmarna eller liknande. Har Konkurrensverket redan nog med information för att ingripa spelar det ingen roll om en kartellmedlem lämnar ny värdefull information som skulle kunna få kartellen dömd, detta är inte en grund för kvalificering av eftergift. Ytterligare skall det vara Konkurrensverket som självt upptäckt informationen som gjorde att myndigheten kunde inleda en utredning, inte en annan kartellmedlem då det även i detta fall enbart är ett företag som äger rätt att anmäla. Utöver detta är kraven som måste vara uppfyllda här desamma som gäller i det första fallet, dvs. det krävs aktivt samarbete under utredningens gång och all tillgänglig information som företaget har att tillgå vid ansökningstillfället eller senare måste lämnas över till myndigheten. Anmälaren får inte försvåra utredningen och

slutligen måste ett deltagande i pågående kartellaktiviteter upphöra så snabbt som möjligt. Gemensamt för båda situationerna är att kartellmedlemmen som lämnar in ansökan inte får ha tvingat andra företag att delta. Om så är fallet har företaget inte rätt till eftergift. (KKVFS 2015:1)

4.3 Nedsättning av konkurrensskadeavgift

Om det är så att ett företag redan har fått eftergift, eller att den ansökande aktören tvingat andra företag att delta i kartellverksamheten, är eftergift inte aktuellt. Istället kan företagen få sin konkurrensskadeavgift sänkt. Storleken på sänkningen beror på vilken plats i ordningen som en kartellmedlem har bland de företag som är aktuella för en nedsättning. Är denne först i kön kan denne få mellan 30-50 % lägre konkurrensskadeavgift. Det andra företaget i kön kan få mellan 20-30 % lägre avgift, och alla kommande kartellmedlemmar därefter får maximalt 20 % sänkt avgift. För att en nedsättning ska vara aktuell måste ett företag uppfylla samma krav som i fallen med eftergift. Utöver det ska informationen som en kartellmedlem lämnar vara så pass användbar att den ger en djupare insyn i kartellverksamheten än vad som tidigare varit möjligt att beskåda av Konkurrensverket. Det krävs därför mer av ett företag än att ge information som rör kartellens aktiviteter eller att ge de uppgifter som myndigheten efterfrågar under utredningens gång (KKVFS 2015:1). Att stötta en annan medlems utsaga, även om detta skulle få medlemmen dömd, hjälper inte heller då informationen inte är ny (Gerde, 2016).

5. Analysen

I denna del kommer det att analyseras om förutsättningarna för kartellbildning i byggbranschen samt vilka möjligheter eftergiftsprogrammet har att avskräcka kartellbildning i branschen.

5.1 Stabilitet i byggbranschen

Vilket nämnts (se 3.1) är byggbranschen en gammal och relativt stabil bransch, den har inte ändrats mycket vilket antas gynna kartellbildning då enligt kartellteorin (se 2.3.2) främjas kartellbildning av att en bransch är stabil och förutsägbar. Ett rimligt antagande utifrån detta borde vara att äldre företag får en rejäl fördel gentemot de nystartade då ”gammal verkligen är äldst” i branschen. Ett etablerat företag har erfarenheten och det borde ha hunnit bygga upp ett stabilt kontaktnätverk samt hunnit sluta avtal med olika leverantörer, långa avtal som är svåra att bryta. Avtal som troligtvis är fördelaktiga för företaget i form av bra villkor och låga kostnader, samt för leverantörerna då de med ett långtgående avtal garanteras en fast inkomst. I en annan bransch borde detta vara, åtminstone till en viss del, relativt irrelevant då de flesta branscher kontinuerligt ändras och därav ändras aktörerna och deras förutsättningar, men aktörer i byggbranschen behöver inte fundera över detta på samma sätt. När väl ett företag har vissa fördelar, exempelvis skalfördelar, borde risken vara mindre att de förlorar sitt övertag p.g.a. externa händelser som konjunkturskifte. När väl ett företag är på topp borde det finnas färre saker som kan ändra denna maktställning.

Vidare, till skillnad från ett företag i en annan bransch är risken mindre att företag i byggbranschen börjar tänka nytt och försöker förnya sig självt, eller försöker införa en ny produkt eller ny teknologi. Detta stämmer överens med kartellteorin (se 2.3) som antyder att kartellbildning kan gynnas av att miljön i en viss bransch präglas av få innovationer. Företagen är helt enkelt mer lika i byggbranschen än vad de är i andra branscher, aktörerna är i stort sett desamma vilket borde medföra att förhandlingar och vänskap spelar mer roll i denna bransch än i andra. De som arbetat länge inom företagen i branschen är troligtvis mer familjära med varandra med tanke på att de borde ha mötts ett antal gånger, vilket skulle kunna medföra att de gärna behåller företagsstrukturen som den är. De personer som innehar ledande positioner i företagen vet var de har varandra, vilket kan vara en trygghet. Den mer bekanta miljön skulle även kunna leda till att atmosfären blir mer informell och att det känns mer självklart att berätta om de funderingar och framtidsplaner som finns inom ett företag.

Enligt kartellteorin (se 2.3.2) gynnas kartelletablering även av att branschmiljön är stabil då orsakerna är färre varför ett företag plötsligt gör en kraftig prisändring eller liknande. Orsakerna borde bli ännu färre av att en informell atmosfär existerar.

En annan faktor som enligt kartellteorin (se 2.3.1) är viktig för stabiliteten i en bransch är platsbundenheten, dvs. att företagen är beroende av var arbetet finns. En rimlig slutledning är att även denna stabilitetsfaktor gynnar kartelletablering då platsbundenheten gör branschen mer konstant, mer beroende av sin historia än av sin framtid. På den egna spelplanen vet företaget spelreglerna och de känner aktörerna och är familjära med miljön. Den informella atmosfären borde vara en viktig faktor även här.

Byggbranschen är även vedertaget fundamental för landets ekonomi och den är en källa för en mängd arbeten, alltså ytterligare en faktor som utgör stabilitet och ytterligare en faktor som borde vara gynnsam för kartellbildning. Branschen kommer inte att försvinna inom den närliggande framtiden och har ett företag väl lyckats etablera sig på marknaden och bli en aktör att räkna med, borde företaget leva vidare ett bra tag. Vilket även påpekats (se 3.1) har branschen en lång investeringshorisont och binder upp pengar under en lång framtid vilket missgynnar mindre och nyare företag, men som däremot gynnar de större och äldre. Små företag har troligtvis inte råd med att avvara mångmiljonbelopp vilket gör att konkurrensen borde minska för de större och stabiliteten främjas.

5.1.1 Att bryta stabiliteten med eftergiftsprogrammet

Att rucka på stabiliteten inom karteller är det som är förhoppningen med implementeringen av eftergiftsprogrammet. Misstänksamhet och osäkerhet antas finnas naturligt i ett kartellsamarbete då verksamheten i sig är olaglig och alltså är verksamheten en dold värld för myndigheterna. Vilket visades i teorin (se 2.3.1) är det rimligt att anta att medlemmarna i en kartell är de som besitter störst kunskap av verksamheten och vilket visades i empirin (se 4.1) värderas utlämnandet av ny kunskap högt i form av olika strafflindringar. Desto mer kunskap en medlem ger på eget bevåg och desto snabbare, desto mer belönas denna.

Av ovanstående är det ett rimligt antagande att förutsättningarna att rucka på stabiliteten i en kartell är goda. Då kartellverksamheten i sig antas vara ostabil och programmet antas vara effektivt (se 1.1) borde det luckra upp förtroendet inom en kartell. Tillämpa dessa antaganden

sedan på byggbranschen och förutsättningarna för ett effektivt program borde vara ännu bättre då byggbranschen länge har njutit av lyxen att vara en skyddad bransch. Innovationerna har varit relativt få och alltså har utmaningarna för de etablerade byggföretagen varit relativt få.

Dock verkar trenden nu utvisa att byggföretagen håller på att sakta men säkert få mer konkurrens vilket kan ses genom att antalet företag i branschen har ökat (se 3.2 och 3.3). Att dessutom utländska företag ges mer chans att bli relevanta på marknaden då de nu har bättre möjligheter att få lov att lägga anbud på upphandlingar, tillskillnad från då Sverige stod utanför EU, kan också antyda att konkurrensen kommer att öka. Detta indikerar att ett verktyg som eftergiftsprogrammet borde vara väldigt mäktigt då det ämnar skapa misstänksamhet i en bransch som haft relativt lite sådan. Branschen är så pass omodern att en effekt av eftergiftsprogrammet borde vara en chockeffekt, en extrem osäkerhet, som inte bara sträcker sig till dem vilka är aktiva inom karteller utan även till dem utanför kartellsamarbetet. Vilket påvisats (se 3.3) är samarbetstraditionen djupt inpräglad i byggbranschen både på gott och ont. Ett logiskt antagande är därför att även utanför kartellverksamheten kommer samarbetena att stävjas något då företag blir osäkra på vad som är faktiskt är konkurrenshindrande. Vilket argumenterats (se 5.1) borde den informella miljön i byggföretagen präglade branschen, och information borde lättare utbytas då den utbyts vänner emellan. Med införandet av eftergiftsprogrammet är det inte otänkbart att en viss osäkerhet sprider sig i denna miljö om denna typ av utbyte är kartellverksamhet och om den klassas som konkurrenshinder. Reglerna är tydliga med att en kartell som aktivt uppbringar konkurrenshinder inte är tillåten (se 1.1 och 2.3) samt gällande vad som sker för kartellmedlemmar som vill söka eftergift (se 4.1), men när orsakar ett företag konkurrenshinder? Att höja priset för att din konkurrent gör det betyder inte automatiskt att ni samarbetar. Frågan är hur långt företagen är beredda att gå innan de börjar ifrågasätta sig själva? Att ens frågan är relevant nog att lyftas fram borde visa på att eftergiftsprogrammet motverkar kartellbildning, eller åtminstone missgynnar kartellbildning och kartelletablering.

5.2 Marknadskoncentration och inträdeshinder

Vad som kan sägas om marknadskoncentrationen utifrån det material som har presenterats tidigare (se 3.2) är att det inte går att tolka entydigt. De största företagens samlade andel av branschen är inte överdrivet stor med tanke på att samtliga 30 stycken har ungefär en tredjedel

tillsammans. Men samtidigt utmärker sig de fyra största genom att inneha en relativt stor andel av denna bit, 72 % av dessa 30 % vid den senaste mätningen.

De två resterande tredjedelarna tillfaller dock övriga producenter i branschen som i stor utsträckning består av många små företag sett till antalet anställda. Givet att denna kategorisering säger något om dessa företags produktionskapacitet är denna antagligen relativt begränsad sett till det enskilda företaget. Ett inte helt orimligt antagande är därför att ett enskilt företag i denna grupp har en relativt liten andel av omsättningen i branschen. Sökandet efter andra kartellmedlemmar tillsammans med följande förhandlingar med dessa kan innebära att inledandet av ett samarbete medför stora kostnader för aktörer i denna kategori. Detta med tanke på att, givet antagandet att företagen enskilt har en liten andel av branschen, krävs det troligtvis en eventuell sammanslutning bestående av tämligen många aktörer för att kontrollera en stor del av branschens samlade produktion. Att kontrollera en större del av produktionen är viktig för att inte produktion från företag utanför den hypotetiska kartellen ska märkas av för mycket, och inte ha en för stor motverkan på prishöjningsförsök från kartellen. Att skapa en sammanslutning av småföretag av en sådan skala kan antagligen vara en omständigt, utdragen process som medför stora kostnader för inblandade parter. Det är inte orimligt att anta som kartellteorin påvisar (se 2.3.1) att sökandet efter potentiella kartellmedlemmar och den efterföljande förhandlingen dem emellan även kan bli mycket tidskrävande givet att risken för motsättningar mellan några av företagen ökar när antalet inblandande parter gör det. Det gör att vi troligtvis kan förvänta oss att kartellbildning inom denna grupp är en svårhanterlig verksamhet. Det gäller troligtvis också för bibehållandet av ett sådant samarbete, åtminstone utan hjälp av en branschorganisation (se 2.3.2). Företagen i byggbranschen har tidigare använt denna mötesplats i andra syften, som att påverka byggstandarden (se 3.3). Användandet av en branschorganisation kan dock erbjuda en möjlighet för en hypotetisk kartell att förenkla kommunikationen mellan medlemmarna.

Det finns också indikationer på att byggbranschen är uppdelad i flera mindre marknader geografiskt sett p.g.a. olika regler gällande bygglov och marktilldelning samt höga kostnader vid omlokalisering av arbetskraft (se 3.3). Detta kan i sig bidra till att en marknad blir mer koncentrerad eftersom det i någon mån utestänger vissa aktörer som inte kan bära dessa kostnader (se 3.1). För de mindre aktörerna skulle det kunna innebära att de förblir bundna till en viss regional eller lokal marknad.

Det finns grenar av branschen där de största aktörerna inte särskilt aktiva, ombyggnad är ett sådant område. Det kan innebära att den här typen av marknad i större utsträckning består av flera mindre företag och att koncentrationen därför är mindre. Men det beror antagligen även på hur stort det geografiska området är. Om det är litet finns det möjlighet att det kan leda till att marknaden blir mer koncentrerad och att även mindre aktörer kan ha en lite större andel av marknads produktion. Givet att ett sådant scenario medför en högre koncentration och färre antal företag kan kartellbildning i någon mån vara mera attraktivt, detta eftersom verksamheten skulle kunna vara mindre kostsam att arrangera.

Riktas fokuset istället mot de största aktörerna i branschen anses fyra stycken ha en dominerande ställning. Sett till andelen av omsättningen i hela branschen är kvartettens dominans emellertid mer blygsam. Dessa företag kan dock antas ha en större produktionskapacitet än den gruppen som består av mindre företag och i kombination med höga byggpriser (se 3.4) gör detta att det kan antas att stora företag har större resurser till sitt förfogande. Byggbranschen kännetecknas av betydande investeringar och långa investeringshorisonter med inlåsnings effekter för investerat kapital (se 3.1). Tillämpa detta i en miljö som också utmärker sig genom att de regelmässiga förutsättningarna gällande bygglov och marktilldelning skiljer sig åt mellan olika kommuner, och detta tillsammans borde göra att det för en del projekt krävs en ansevärd mängd resurser för att producera. Detta skulle kunna medföra att det skapas inträdeshinder för mindre aktörer till dessa kapitalkrävande projekt. Det kan vidare innebära att även om de fyra största företagens andel av branschens omsättning inte är särskilt stor, är det inte säkert att detta gäller om perspektivet blir något snävare och begränsas till att åskåda enskilda marknader. Eftersom nyss nämnda inträdeshinder tenderar att utestänga många mindre aktörer från vissa delar av branschen finns det få företag som är kvalificerade att producera i stora mängder. Det kan leda till att koncentrationen på marknader för kapitalkrävande projekt är större än den är för branschen som helhet. Kostnaderna för att sätta samman en kartell skulle utifrån dessa förutsättningar kunna vara lägre jämfört med en grupp som endast består av små företag då de mindre företagen missgynnas av att de inte besitter samma kapacitet som de större. De mindre företagen missgynnas implicit av att de inte är större. I en sådan situation är kanske inte branschorganisation nödvändig i samma utsträckning som den skulle kunna vara för en samling mindre företag.

Bilden som ges av förutsättningarna för kartellbildning i byggbranschen givet de faktorer som tagits hänsyn till ovan är inte entydig. Det är troligtvis så att den inte ser likadan ut på varje enskild marknad. Det kan vara så att marknaden med byggandet av kapitalkrävande projekt är något mer sluten och koncentrerad än andra marknader. Det skulle i sådana fall innebära att förutsättningarna i denna del av branschen skulle kunna vara relativt sett bättre eftersom kostnaderna för kartellbildning är lägre och möjligheterna till att höja priserna är större.

5.2.1 Påverkan av eftergift

En av svagheter med kartellverksamhet är att varje medlem har information som är skadlig för de andra om den hamnar i fel händer (se 2.4). Detta är en risk som företagen tar när de engagerar sig i denna typ av verksamhet. Antalet bärare av informationen varierar med antalet kartellmedlemmar. Som tidigare diskuterats (se 5.2) kan det finnas marknader i byggbranschen som till följd av inträdeshinder består av ett mindre antal företag och där förutsättningarna för kartellbildning skulle kunna vara något bättre jämfört med andra marknader. En kartell i den här typen miljö behöver inte nödvändigtvis utgöras av särskilt många medlemmar. Eftergiftsprogrammet kan som påpekat (se 2.4) öka risken för att verksamheten blir upptäckt genom att förbättra incitamenten för en kartellmedlem att lämna sammanslutningen. Men i en sådan situation med ett fåtal aktörer som innehar skadlig information finns det också bara ett fåtal som har möjlighet att föra den vidare. Det kan vara så att den potentiella kartellmedlemmen upplever risken, sett enbart till antalet möjliga informationskällor, som liten att bli upptäckt genom andra medlemmars information. Och att kostnaden därför upplevs som liten att upprätthålla kartellen.

5.3 Vinstmöjligheter

Vinstmöjligheter är av största vikt för att en kartell ska bildas (se 2.3.1) och vilket framhävs i empirin (se 3.1) finns det gott om vinstmöjligheter. Att pressa upp priserna med bra samarbete och därmed öka sina vinster är ingen omöjlighet, vilket Asfaltkartellen exemplifierade.

Stabila priser antas bero mycket på om konsumenterna uppfattar differentiering på produkten, alltså om konsumenterna ser skillnader på produkten (se 2.2). Ett exempel på en sådan differentiering kan vara att konsumenten ser skillnader på olika märken av murbruk. Även om båda märkena är murbruk kanske en viss konsument föredrar en viss typ, och är därför okänslig för att priset på det andra märket sänks. I byggbranschen är produkterna relativt

homogena, alltså lika varandra, vilket enligt teorin (se 2.2) borde medföra att substitut finns att hitta. Detta borde ha lett till att varorna är priskänsliga och att alla försök att höja priserna på ett visst märke skulle ha varit lönlösa då konsumenterna genast borde ha börjat köpa det billigare alternativet. Dock görs förhållandevis få innovationer i branschen och ett rimligt antagande är därför att relativt få substitut finns, då att tillverka en substitutvara även borde räknas som en typ av innovation eller förnyelse. En logisk slutledning är då att priserna i helhet i byggbranschen är relativt stabila, eller åtminstone inte fluktuerar, vilket kartellbildning antas gynnas av. Att priserna är stabila i branschen stöds av det empiriska materialet som lyfts fram (se 3.1 och 3.4). Vidare skulle det kunna argumenteras att om det finns få substitut är elasticiteten låg och att det mycket väl kan vara så att möjligheter till att pressa upp priserna, och därmed möjlighet att öka sin vinst, finns i byggbranschen. Detta argument stöds av att Sverige idag har de högsta byggpriserna i EU (se figur 3). Argumentet stöds även av att BPI ökar relativt KPI (se figur 4) och att företag som NCC och Peab nyligen tagit ut vinster som varit högre än motsvarande period föregående år.

Det har även visats att vinsterna inte enbart går till företagen som en enhet och därefter automatiskt går till ägarna i byggbranschen, utan en del transfereras till arbetstagarna som arbetar i företagen (se 3.4). Att personer inom företaget inte är drivna att minska sin förtjänst är ett rimligt antagande och spinns detta vidare är det även rimligt att anta att många säkert föredrar att stanna i denna miljö där de får en större inkomst. Alternativet skulle vara att hamna i en bransch som präglas av hög konkurrens och som därav antas befinna sig i en marknad närmare perfekt konkurrens. Att vinsterna för ett företag i denna bransch är lägre är allmän kändedom och borde inte vara ett val som en nyttomaximerande individ eller ett vinstmaximerande företag väntas vilja göra. Antagandet att kartellverksamhet attraheras till möjligheterna till vinst i en bransch som byggbranschen är däremot en logisk slutledning. Så länge som de förväntade vinsterna är större än en möjlig förlust antas en kartell skapas i en viss bransch (se 2.3).

5.3.1 Att ändra vinstmöjligheterna

Vinstmöjligheterna är stora i byggbranschen (se 3.4) och enligt teorin (se 2.3.1) är dessa möjligheter avgörande för kartellsamarbete. På det sätt eftergiftsprogrammet är utformat är det huvudsakliga syftet att minska incitamentet för medlemmarna att vara kvar i ett kartellsamarbete, och istället motivera dessa att avslöja sitt deltagande i verksamheten. Vilket

även påpekats (se 3.4) är vinsterna i byggbranschen för storföretagen fortfarande enorma. För att eftergiftsprogrammet ska lyckas modifiera medlemmarnas motivation måste det verkligen uppfattas som attraktivt av kartellmedlemmarna att använda. Fallet om Asfaltkartellen visade för karteller att arbetandet för att motverka kartellbildning är effektivt, och inget samarbete som de kan förvänta ”sopas under mattan”. Beaktas det även att byggbranschen håller på att moderniseras genom att utsättas för mer konkurrens, och även den sälla sig till den globala världen borde detta medföra att osäkerheten ökar och att kostnaderna att behålla ett samarbete därav blir ännu högre. Fallet om Asfaltkartellen visade att faller en faller alla, att avslöjar sig en medlem kommer alla andra att avslöjas då vinsten för den medlem som avslöjar kartellen antas bli högre desto tidigare denne gör detta och desto mer som avslöjas (se 2.4). Att osäkerheten mellan kartellmedlemmar ökar är därför logiskt, och denna osäkerhet borde alltså öka kostnaderna för att sammanhålla gruppen rejält, vilket enligt teorin missgynnar kartellbildning och kartelletablering (se 2.4.1)

Av ovanstående redogörelse anser vi dock även att det är rimligt att anta att förutsättningarna att eftergiftsprogrammet ska vara effektivt utifrån ett vinstperspektiv är dåliga, eller åtminstone oklara, då vinsterna är så pass höga i branschen som de faktiskt är. Detta antyder även att förutsättningarna för att eftergiftsprogrammet ska motverka kartellbildning borde vara dåliga. Motivationen att skapa och upprätthålla en kartell är det visserligen logiskt att anta påverkas, men frågan är om vinsterna inte visar sig vara frestande för många företag och att därav företag helt enkelt kommer att bortse från risken att bli avslöjade. Vilket påpekats (se 3.3) existerar det ännu inträdeshinder i byggbranschen och det har därför alltid varit en risk att ge sig in i branschen. Att tänka sig att de företag som faktiskt ger sig in i byggbranschen är risktagare av naturen är ingen omöjlighet och därav kanske dessa inte låter sin vilja stävjas lätt.

6. Slutsats

I denna avslutande del kommer slutsatsen att presenteras och svara på syftet samt frågeställningarna.

Hur ser förutsättningarna ut för kartellbildning i byggbranschen?

Vi har funnit att förutsättningarna ser olika ut beroende på från vilket perspektiv branschen ses från. Branschen har länge ansetts vara stabil och omodern, med i stort sett samma aktörer som relevanta spelare, dock börjar denna stabilitet uppluckras. Än så länge existerar mest tendenser men förutsättningarna finns för att denna stabilitet i framtiden kommer att försvinna. I dagsläget har utvecklingen inte gått så pass långt och de nya aktörer som etablerat sig kan inte alls mäta sig med storföretag. Det finns ännu inträdeshinder som gynnar redan väletablerade företag och har potentialen att stävja småföretagens framväxt. Exempel på detta är småföretagens förhållandevis lilla omsättning som försvårar deras medverkan i kapitalkrävande projekt samt det fortfarande existerande hårda regelverket. Byggjättarnas marknadsdominans har visserligen minskat men deras ökade vinster talar för sig självt. Vinstmöjligheterna finns där och så länge de finns där, och med beaktning av det som redan nämnts, borde lockelsen för kartellbildning fortfarande finnas där. Tills branschen verkligen blir moderniserad är förutsättningarna goda för fortsatt kartellbildning utifrån de faktorer vi lyft fram i analysen.

Vilka möjligheter har det svenska eftergiftsprogrammet att avskräcka kartellbildning i byggbranschen?

Programmet bidrar främst med att sprida misstänksamhet mellan kartellmedlemmar, och mellan företag. Därmed påverkar det företagets uppfattning av risken att bli upptäckt. Programmet kan därmed göra att ett företags bedömning av kostnaderna förknippade med ett kartellsamarbete ökar. I och med en pågående modernisering av byggbranschen och med nya företag som får större möjligheter att börja konkurrera borde osäkerheten redan ha börjat spridas inom företagen och alltså borde eftergiftsprogrammet kunna förstärka denna. Utifrån stabilitetsperspektivet borde kartelletableringen avskräckas med hjälp av programmet. Det kan dock ha en mindre avskräckande effekt i de miljöer där en kartell består av färre medlemmar, som en väldigt koncentrerad marknad. I ett sådant fall är bärarna av känslig information få vilket också gör att det är få som kan dela med sig av den till myndigheten. Det

kan göra att ett företag som överväger samarbete inte ser risken för upptäckt som särskilt stor. Därmed kan uppskattningen av kostnaden för samarbetet bli mindre än om medlemmarna skulle ha varit fler. Färre antal medlemmar skulle även gynna kartelletablering utifrån ett vinstperspektiv då de möjliga vinsterna blir större desto färre som vill dela. Huruvida eftergiftsprogrammet är effektivt här är beroende på hur stor vinst ett företag förväntar sig att göra genom att delta i en kartellverksamhet, och om denna vinst är större än den förväntade kostnaden vid upptäckt. Utifrån ett vinstperspektiv är ett kartellsamarbete mycket beroende av hur de resterande förutsättningarna ser ut. Är medlemmarna få i kartellen och är marknaden väldigt koncentrerad finns det risk för att företaget bortser från risken att bli bestraffad.

Det kan därför framförallt förväntas att eftergiftsprogrammet "söndrar och härskar" bland de potentiella kartellerna med många medlemmar vilka är verksamma i en del av byggbranschen som hunnit moderniseras med nya innovationer och hunnit få många nya konkurrenter. Utifrån ett sådant scenario skulle ett vinstmaximerande företag med stor sannolikhet avbryta sitt medlemskap i kartellen eller, med ovanstående fakta i handen, låta sig avskräckas från att gå med i en kartell om detta inte redan var en medlem. Utifrån ett sådant scenario skulle arbetarna inom byggbranschen nog tänka om innan de bestämde ett möte med sina kolleger och, som Adam Smith uttrycker det, oundvikligen höjde priserna.

Referenser

Beck, E.M & Watson, L. (1988). Oligopoly Capitalism, Labor Organisation and Wages of Workers in American Manufacturing Industries, *Sociological Quarterly*, 29(1), ss. 83-95.

Bennewitz, E. (2015). *Svenska byggpriser högst i EU*, Byggindustrin [online]
<http://byggindustrin.se/artikel/nyhet/svenska-byggpriser-hogst-i-eu-22445#>
Hämtad: 10 maj 2016

Bos, A. M. (2009). *Incomplete Cartels and Empty trust policy: Incidence and Detection*. Diss. Universiteit van Amsterdam. [online]
https://books.google.se/books?id=svDF_lSoiYcC&pg=PP3&dq=participation+constraint+cartels&hl=sv&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q=participation%20constraint%20cartels&f=false
Hämtad: 15 april 2016.

Bradburd, R. M. & Over Jr. M. A. (1982). Organizational Costs, "Sticky Equilibria," and Critical Levels of Concentration. *Review of Economics and Statistics*, 64(1), ss. 50–58.

Brenner, S. (2005). An Empirical Study of the European Corporate Leniency Program. [online]
http://www.fep.up.pt/conferences/earie2005/cd_rom/Session%20VII/VII.G/brenner.pdf
Hämtad: 25 maj 2016

Brottsförebyggande rådet (BRÅ). (2010). *Karteller och korruption – Otillåten påverkan på offentlig upphandling 2010:9*. [online]
https://www.bra.se/download/18.cba82f7130f475a2f18000263/1371914719318/2010_9_karteller_och_korruption.pdf
Hämtad: 10 maj 2016

Bäckström, M. (2016). *Allmänt om karteller och eftergift* [email]. Sakkunnig på Konkurrensverket.

Carlton, D. W. & Perloff, J. M. (2015). *Modern Industrial Organization* 4th ed. London: Pearson

Chiang, A. C. & Wainwright, K. (2005). *Fundamental Methods of Mathematical Economics* 4th ed. Singapore: McGraw-Hill/Irwin

Connor, J. M. (2001). *Global Price Fixing – Our Customers are the Enemy*. Norwell: Kluwer Academic Publishers.

Dagens Nyheter. (2016). *Peabs vinst steg*. 10 maj. [online].
<http://www.dn.se/ekonomi/peabs-vinst-steg/>
Hämtad: 31 maj 2016

Departement of Justice. (1994). *Individual Leniency Policy*. [online]
<https://www.justice.gov/atr/individual-leniency-policy>
Hämtad: 2 maj 2016

Eriksson, C. (2013). *När Storföretag förnyar ser små sin chans*. [online].
http://www.esbri.se/artikel_visa.asp?id=1542
Hämtad: 25 maj 2016.

European Competition Network. (2012). *Frequently Asked Questions*. [online]
<http://ec.europa.eu/competition/ecn/faq.html>
Hämtad: 15 maj 2016.

Europeiska Kommissionen. (2016). *Leniency*. [online]
<http://ec.europa.eu/competition/cartels/leniency/leniency.html>
Hämtad: 1 maj 2016

Europeiska Unionen. (2016) *Regler och förfaranden* [online]
http://europa.eu/youreurope/business/public-tenders/rules-procedures/index_sv.htm
Hämtad: 2 juni 2016

Fastigheten. (2016). *NCC ökade vinsten till 2,1 Mdr*. [online]
http://fastighetsaktien.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=13916:ncc-%C3%B6kade-vinsten-till-21-mdr&Itemid=320
Hämtad: 31 maj 2016

Fraas, A. G. & Greer, D. F. (1977). Market Structure and Price Collusion: An Empirical Analysis. *Journal of Industrial Economics*, 26(1), ss. 21-44

Frank, R. H. (2009). *Microeconomics and Behavior* 8th ed. New York: McGraw Hill Higher Education

Ganslandt, M. (2008). *Konkurrenspolitiken i Sverige*. [online]. Svenskt Näringsliv.
https://www.google.se/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&sqi=2&ved=0ahUK EwiTo8fttdzMAhWIHJoKHRb_A_QQFggvMAM&url=http%3A%2F%2Fwww.svensktnarin gsliv.se%2Fmigration_catalog%2Fbilaga-konkurrenspolitiken-i-sverige_528976.html%2FBINARY%2FBilaga%2C%2520Konkurrenspolitiken%2520i%2520Sverige&usg=AFQjCNH0wV75myOXGualT9QrLj2jKELK2w&sig2=xjxk0XXdxKzu6SGGg5i6Ew&bvm=bv.122129774,d.bGs&cad=rja
Hämtad: 17 april 2016

Gerde, A. (2016). *Intervju angående asfaltkartellen och eftergift* [samtal per telefon]. Handläggare på Konkurrensverket och den person på Konkurrensverket som de före detta anställda på NCC tog kontakt med gällande Asfaltkartellen.
Gjord den 17 maj 2016

Hammond, S. (2000). *Detecting And Deterring Cartel Activity Through An Effective Leniency Program*. Department of Justice [online].
<https://www.justice.gov/atr/speech/detecting-and-deterring-cartel-activity-through-effective-leniency-program>
Hämtad: 17 maj 2016

Harrington, J. E. (2006). How Do Cartels Operate? *Foundations and Trends in Microeconomics*, 2(1), ss. 1-105.

Harrington, J. E. & Chen, J. (2007). The Impact of the Corporate Leniency Program on Cartel Formation and the Cartel Price Path. [online].

<http://assets.wharton.upenn.edu/~harrij/pdf/leniency4-05.pdf>

Hämtad: 15 maj 2016

Harrington, J. E. Jr. & Chang, M. H. (2015). *When Can We Expect a Corporate Leniency Program to Result in Fewer Cartels?* [online]

<http://assets.wharton.upenn.edu/~harrij/pdf/jle15.pdf>

Hämtad: 1 maj 2016

Hay, G. A., & Kelley, D. (1974). An Empirical Study of Price-Fixing Conspiracies. *Journal of Law and Economics*, 17(1), ss. 13-38

Hjalmarsson, E. (2010). *Asfaltdjungeln*. Examensuppsats. Stockholm: Handelshögskolan i Stockholm. [online].

<https://www.google.se/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=18&ved=0ahUKEwigoFnD7tTMAhWFJZoKHRiDBnw4ChAWCDgwBw&url=http%3A%2F%2Farc.hhs.se%2Fdownload.aspx%3FMediumId%3D1017&usg=AFQjCNH2RILTgMY0fwcrSMBlrLAA-DJNwA&sig2=h3Tdwr8JVcoBV3iZysejA&bvm=bv.121658157,d.bGg&cad=rja>

Hämtad: 5 maj 2016

Häckner, J. (2000). Konkurrenspolitik. I Dufwenberg, M., Isacson, M-L. & Lundholm, M. (red.) *Tillämpad mikroekonomi*. Lund: Studentlitteratur, ss: 97-115

Karlberg, L. A. (2003). *Konkurrensverket stämmer asfaltkartellen*. Ny Teknik. [online].

<http://www.nyteknik.se/digitalisering/konkurrensverket-stammer-asfaltkartellen-6448019>

Hämtad: 9 maj 2016

KKVFS 2015:1. *Konkurrensverkets allmänna råd om eftergift och nedsättning av konkurrensskadeavgift*. [online]. Stockholm: Konkurrensverket.

http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/kkvfs/kkvfs_2015-1.pdf

Hämtad: 15 maj 2016

Konkurrensverket. (1996). *Byggsektorn - spelregler för ökad konkurrens*. (Rapport 1996:5). [online]. Stockholm: Konkurrensverket.

<http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/rapporter/byggsektorn--spelregler-for-okad-konkurrens.pdf>

Hämtad: 5 maj 2016

Konkurrensverket. (2002). *Skadestånd som sanktion mot karteller*. [online]. Stockholm: Konkurrensverket.

<http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/uppdragsforskning/skadestand-som-sanktion-mot-karteller.pdf>

Hämtad: 18 maj 2016

Konkurrensverket. (2007). *Etablerings- och tillväxthinder för företag i Sverige, byggbranschen*. [online]. Stockholm: Konkurrensverket. http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/ovrigt/rapport_2007-4_ars.pdf
Hämtad: 20 maj 2016.

Konkurrensverket. (2009). *Asfaltkartellen - den största kartellen i Sverige*. [online]. Stockholm: Konkurrensverket. <http://www.konkurrensverket.se/press/bakgrundsmaterial-i-stora-arenden/asfaltkartellen/>
Hämtad: 26 april 2016

Konkurrensverket. (2012). *Siffror och fakta från offentlig upphandling*. (Rapport 2012:3). [online]. Stockholm: Konkurrensverket. <http://www.konkurrensverket.se/globalassets/aktuellt/nyheter/las-rapporten-12mb-2012-04-19.pdf>
Hämtad: 18 maj 2016

Konkurrensverket. (2013). *Konkurrensen i Sverige*. (Rapport 2013:10). [online]. Stockholm: Konkurrensverket. <http://www.konkurrensverket.se/globalassets/aktuellt/nyheter/konkurrensen-i-sverige-2013-sammanfattning.pdf>
Hämtad: 19 maj 2016

Konkurrensverket. (2014a). *Konkurrenslagstiftningens historia*. [online]. Stockholm: Konkurrensverket. <http://www.konkurrensverket.se/konkurrens/om-konkurrensreglerna/--ovrigt--/konkurrenslagstiftningens-historia/>
Hämtad: 15 maj 2016.

Konkurrensverket. (2014b). *Nyheter i konkurrenslagen 1 augusti 2014*. [online]. Stockholm: Konkurrensverket. <http://www.konkurrensverket.se/konkurrens/om-konkurrensreglerna/--ovrigt--/nyheter-i-konkurrenslagen-1-augusti-2014/>
Hämtad: 15 maj 2016.

Konkurrensverket. (2015a). *Bättre konkurrens i bostadsbyggandet*. (Rapport 2015:4). [online]. Stockholm: Konkurrensverket. http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/rapporter/rapport_2015-4.pdf
Hämtad: 15 maj 2016.

Konkurrensverket. (2015b). *Hur många gryningsräder gör Konkurrensverket på ett år?* [online]. Stockholm: Konkurrensverket. <http://www.konkurrensverket.se/nyhetsbrevsartiklar/hur-manga-gryningsrader-gor-konkurrensverket-pa-ett-ar/>
Hämtad: 2 maj 2016.

Konkurrensverket. (2015c) *Konkurrera på rätt sätt! Så fungerar konkurrenslagen*. [online]. Stockholm: Konkurrensverket. http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/informationsmaterial/konkurrera_pa_ratt_satt.pdf

Hämtad: 20 maj 2016

Konkurrensverket. (2015d) *Siffror och fakta om offentlig upphandling*. (Rapport 2015:9). [online]. Stockholm: Konkurrensverket.

http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/rapporter/rapport_2015-9.pdf

Hämtad: 20 maj 2016

Konkurrensverket. (2016a) *Eftergiftsprogram i Sverige och EU*. [online]. Stockholm: Konkurrensverket.

<http://www.konkurrensverket.se/konkurrens/om-konkurrensreglerna/samarbete-som-begransar-konkurrensen/lamna-kartellen-och-slipp-boter/eftergiftsprogram-i-sverige-och-eu/>

Hämtad: 20 april 2016

Konkurrensverket. (2016b) *Direktupphandling*. [online]. Stockholm: Konkurrensverket.

<http://www.konkurrensverket.se/upphandling/utan-annonsering/direktupphandling/>

Hämtad: 20 maj 2016

Korten, D. C. (1996). *När företagen styr världen*. Göteborg: ISL (Institutet för säljträning och ledarutveckling). Översatt av Pär Svensson.

Levenstein, M. C. & Suslow, V. Y. (2004). *Studies of Cartel Stability: A comparison of Methodological Approaches*. I Grossman, Peter Z. (red.). *How Cartels Endure and how They Fail: Studies of Industrial Collusion*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, ss. 9-53.

Levenstein, M. C. & Suslow, V. Y. (2006). What Determines Cartel Success? *Journal of Economic Literature*, 44(1), ss. 43-95.

Levenstein, M., C. & Suslow, V. Y. (2008). Cartels. I Durlauf, Steven N. & Blume, Lawrence E. (red.), *The New Palgrave Dictionary of Economics*. Palgrave Macmillan. [online].

<http://www-personal.umich.edu/~maggiel/Palgrave.pdf>

Hämtad 20 maj 2016.

Lindkvist, T. (2016). *Om BPI och vinster* [email]. Arbetar på enheten för Byggnad, bostäder och fastigheter på avdelningen för regioner och miljö, SCB

Kontakt: 9 maj 2016

LOU 2007:1 091 *Lagen om Offentlig Upphandling*. [online].

https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-20071091-om-offentlig-upphandling_sfs-2007-1091

Hämtad: 1 juni 2016

Lucas, D. & Spängs, T. (2013). *Höga krav på vinst en orsak till bostadsbristen*. Dagens Nyheter, 7 november. [online].

<http://www.dn.se/ekonomi/hoga-krav-pa-vinst-en-orsak-till-bostadsbristen/>

Hämtad: 19 maj 2016

Marknadsdomstolen (2009). *Marknadsdomstolens dom 2009:11* [online]

<http://www.marknadsdomstolen.se/Filer/Av%20g%C3%B6randen/Dom2009-11.pdf>

Hämtad: 26 april 2016

- Maskinentreprenören. (2008). *Karteller vanligt i bygg- och anläggningsbranschen*. [online]. <http://maskinentreprenoren.se/karteller-vanligt-i-bygg-och-anl%C3%A4ggningsbranschen>
Hämtad: 10 maj 2016
- Norgren, C. (2005). *Jakt på olagliga karteller i byggbranschen i höst*. Dagens Nyheter, 21 juli. [online]. <http://www.dn.se/debatt/jakt-pa-olagliga-karteller-i-byggbranschen-i-host/>
Hämtad: 19 maj 2016
- Nylander, J. (2013). *Stora vinster bakom höga byggpriser*. Sveriges Television, 5 maj. [online]. <http://www.svt.se/nyheter/ekonomi/stora-vinster-bakom-hoga-byggpriser>
Hämtad: 25 april 2016
- OECD. (2007). *Sweden – The Role of Competition Policy in Regulatory Reform*. [online]. Paris: OECD. <http://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/38287504.pdf>
Hämtad: 15 maj 2016.
- OECD. (2016). *Using Leniency to Fight Hard Core Cartels*. [online]. <http://www.oecd.org/daf/ca/usingleniencytofighthardcorecartels.htm>
Hämtad: 16 maj 2016
- Omboende. (2015). *Söka bygglov*. [online]. <http://www.omboende.se/sv/Bygga1/Bygga-nytt-/Lokalisering-och-anslutningskostnader/bygglov-/>
Hämtad: 19 maj 2016
- Perloff, J. M. (2014). *Microeconomics* (uppl. 3). Harlow: Pearson Education Limited.
- Posner, R. A. (1970). A Statistical Study of Antitrust Enforcement. *Journal of Law and Economics*, 13(2), ss. 365-419
- Pepall, L., Richards, D. & Norman G. (1999). *Industrial Organisation: Contemporary Theory and Practice*. South-Western College Publishing
- Schön, L. (2000). *Sveriges Moderna Ekonomiska Historia*. Stockholm: SNS
- Stigler, G. (1964). A Theory of Oligopoly. *Journal of Political Economy*, 72(1), ss. 44-61.
- Strömberg, T. (1988). Historien Om Bostadsmarknadens politisering – Socialdemokraterna och Bostadsfrågan. I Misgeld, K. & Molin, K. & Åmark, K. (red.) *Socialdemokraternas Samhälle 1889-1989*. Stockholm: Tiden.
- Simonsson, I. (2010). *Legitimacy In EU Cartel Control*. Portland: Hart Publishing
- Smith, A. (1937). *Wealth of Nations*. New York: The Modern Library

SOU 2000:44. Byggekostnadsdelegationen. *Från Byggsekt till byggsektor*. [online].
<http://www.regeringen.se/rattsdokument/statens-offentliga-utredningar/2000/05/sou-200044-/>
Hämtad: 19 maj 2016

SOU 2015:105. Utredningen om bättre konkurrens för ökat bostadsbyggande. *Plats för fler som bygger mer: Betänkande*. [online].
<http://www.regeringen.se/rattsdokument/statens-offentliga-utredningar/2015/12/sou-2015105/>
Hämtad: 19 maj 2016

Spagnolo, G. (2003). *Optimal Deterrence Mechanisms Against Cartels and Organized Crime*. [online].
http://scholar.google.se/scholar_url?url=http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download%3Fdoi%3D10.1.1.456.7149%26rep%3Drep1%26type%3Dpdf&hl=sv&sa=X&scisig=AAGBfm1AVVVB9wj1AyuWwz-7FV0kgNGO3Q&nossl=1&oi=scholar&sqi=2&ved=0ahUKEwjwrvCVvOHMAhXC8ywKHXqMAO4QgAMIGygAMAA
Hämtad: 17 maj 2016

Spagnolo, G. (2005). *Divide et Impera: Optimal Leniency Programs*. [online].
<ftp://ftp.zew.de/pub/zew-docs/veranstaltungen/rnic/papers/GiancarloSpagnolo.pdf>
Hämtad: 16 maj 2016

Spagnolo, G. (2008). Leniency and Whistleblowers in Antitrust. I Buccirosi, Paolo (red.), *Handbook of Antitrust Economics*. Cambridge, MA: The MIT Press, ss. 259-304

Statistiska centralbyrån (SCB). (2015a). *Byggnadsprisindex (BPI)*. [online].
http://www.scb.se/sv/_/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Priser-och-konsumtion/Byggnadsprisindex-samt-faktorprisindex-for-byggnader/Byggnadsprisindex-BPI/12486/12493/26943/

Statistiska centralbyrån (SCB). (2015b). *Företag (FDB) efter näringsgren SNI 2007, storleksklass och år*. [online]. Stockholm: SCB.
http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START__NV__NV0101/FDBR07/table/tableViewLayout1/?rxid=12af8404-744f-4f29-a2fe-f8e10b24dfed
Hämtad 3 maj 2016

Sveriges Byggindustrier. (2015). *Fakta om byggandet 2015*. [online]. Stockholm: Sveriges Byggindustrier.
https://publikationer.sverigesbyggindustrier.se/Userfiles/Info/491/FoB_2015.pdf
Hämtad: 15 maj 2016

Sveriges Radio. (2002). *Asfaltkartell känd för flera år sedan*. [online]. Sveriges Radio, 28 juni.
<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=85648>
Hämtad: 7 maj 2016

Sveriges Radio (2005). *Rättegång om asfaltkartellen*. [online]. Sveriges Radio, 6 december.
<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=160&artikel=748304>
Hämtad: 1 maj 2016

Thorén, M. (2009). *Viktig dom om asfaltkartell kommer i dag*. [online]. Sveriges Radio, 28 maj.

<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=2863762>

Hämtad: 12 maj 2016

United Nations. (2010). *The use of leniency programmes as a tool for the enforcement of competition law against hardcore cartels in developing countries*. [online].

https://www.google.se/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=15&ved=0ahUKEwiRo7vng9_MAhWE2ywKHfW1BJU4ChAWCD8wBA&url=http%3A%2F%2Functad.org%2Fen%2FDocs%2Ftdrbpconf7d4_en.pdf&usg=AFQjCNFVNetHtUuk4rabWPk0j8bhX9NjSg&sig2=VzyOyfRL0YP4lqLLH9wCmQ&bvm=bv.122129774,d.bGg&cad=rja

Hämtad: 16 maj 2016

Wiström, R. (2007). *Asfaltkartellen: ett bakslag för Konkurrensverket*. [online]. Sveriges Television, 10 juli.

<http://www.svt.se/nyheter/asfaltkartellen-ett-bakslag-for-konkurrensverket>

Hämtad: 1 maj 2016