Konkurrenslagstiftningen ändras?

Arbets- och näringsministeriet har berett en statsrådsproposition om ändring av konkurrenslagen till de delar som gäller dominerande marknadsställning i dagligvaruhandeln, och propositionen går ut på att konkurrenslagen utökas med en ny paragraf, 7 a. Enligt den föreslagna nya bestämmelsen ska det vid behov vara möjligt att ingripa i konkurrensbegränsande förfaranden som bedrivs av de största aktörerna inom dagligvaruhandeln. I propositionen står att det i en utredning som Konkurrensverket publicerade i januari 2012 har kommit fram att handeln har en ytterst stark förhandlingsposition och köpkraft på dagligvarumarknaden. Det konstateras också i propositionshandlingen att Konkurrensverket bedömer att dagligvaruhandelns starka ställning under de senaste åren har ökat i förhållande till livsmedelsindustrin.

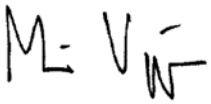
Konkurrenslagstiftningen utgår ju från tanken att konkurrensen, när den fungerar, är till fördel för konsumenterna. Och konkurrensjuridiken baseras i allmänhet på den enkla tanken att när produktpriserna är låga, så är konkurrensen nyttig för konsumenterna. Så är det ju i princip. Men om en parts makt stiger tillräckligt mycket så kan situationen förändras väsentligt, och då är det inte längre nödvändigtvis konsumenterna som drar nyttan. Om vi läser motiveringarna till lagförslaget kan vi med glädje konstatera att tjänstemännen vid arbets- och näringsministeriet väl har insett detta sammanhang. Det är positivt att tjänstemännen inte bara inriktat sig på kortsiktiga och temporära fördelar för konsumenterna, utan att de också har satt sig in i den nämnda problematiken på ett mycket bredare plan. Detta kommer tydligt fram på sida 15 i regeringens proposition. Texten föreligger än så länge inte på svenska, men översatt står där ungefär så här:

”Att en inköpare utnyttjar sin starka position som köpare vid inköpen av dagligvaror är inte nödvändigtvis klandervärt ur konkurrensrättslig synpunkt. Därmed kan uppkomsten av monopol- eller oligopolvinster hindras på utbudsmarknaden, om köparna på sina egna försäljningsmarknader blir utsatta för effektiv konkurrens, så att de förmåner som skapas av köparens starka position även förs vidare till de slutliga konsumenterna. Och omvänt: ifall en aktör på marknaden inte stöter på tillräckligt stark konkurrens, kan fördelarna inte förväntas bli överförda till konsumenterna. Ju större en affärsgrupps marknadsandel är på detaljhandelsnivån, desto bättre köpevillkor kan gruppen normalt skaffa sig. De förmånliga köpevillkoren kan affärsgruppen sedan använda på olika sätt för utveckling av gruppens affärsverksamhet och utökande av gruppens marknadsandelar, och detta kan leda till ännu bättre köpevillkor. En utvecklingsspiral av det här slaget är ägnad att medföra ytterligare ökad koncentration av handeln både på detaljhandelsnivå och på inköpsmarknaden. Utvecklingen kan under en tid vara till fördel för konsumenterna, om kampen om marknadspositioner bedrivs i form av sträng priskonkurrens, men på längre sikt blir situationen sannolikt den, att konkurrensen väsentligt begränsas. När detta har skett behöver hänsyn inte mera tas till reaktionerna på konsumenthåll, eftersom konsumenterna inte längre har inbördes konkurrerande alternativ att tillgå. Den koncentrerade marknaden får med sin starka köparposition även makt att bestämma vilka varor som ska föras ut på konsumentmarknaden.”*

I propositionen sägs att dagligvaruhandelns inköpares starka förhandlingsposition och deras utnyttjande av sin köpkraft på många sätt kan visa sig utgöra hinder för fungerande, sund konkurrens. Som exempel på detta nämns bl.a. prisdiskriminering, dumpade priser för kapande av marknadsandelar, diverse rabattsystem, ensamrättsavtal i försäljning eller inköp samt oskäliga köpevillkor. Vad dessa begrepp innebär, beskrivs närmare på sida 10 i regeringens proposition**.

Dagligvaruhandelns starka förhandlingsposition och stora köpkraft leder till att livsmedelsföretagen inte har möjlighet att slå ut exempelvis höjda arbetskrafts- eller råvarukostnader på produkternas försäljningspris. Vid en första anblick förefaller det här kanske som om handelns starka ställning leder till fördelar för konsumenterna. Sanningen är dock en helt annan. Situationen leder lätt till att produktionen läggs om så att billigare råvaror av sämre kvalitet används, och det är säkert inte till konsumenternas fördel. Likaså leder jakten på sänkta kostnader ofta till att företagen inte satsar på produktutveckling på samma sätt som tidigare. Behoven att spara leder också lätt till att företagen tvingas minska på arbetskraften, det vet vi ju av erfarenhet.

Regeringens proposition till ändring av konkurrenslagen visar i alla fall att det äntligen har gått upp för lagstiftarna och konkurrensmyndigheterna att obalansen när det gäller handelns förhandlingsposition och köpkraft gentemot leverantörerna är till skada för hela livsmedelskedjans funktion, och att obalansen inte mera är till nytta för konsumenterna. Med tiden lär vi få se vilka konkreta åtgärder konkurrensmyndigheterna vidtar för att avhjälpa obalansen.



Mika Väyrynen

*Med köpare avses här dagligvaruhandelns inköpare, och med försäljarpart avses företag som tillverkar produkter, t.ex. bagerier.

** www.tem.fi/files/34144/kilpailulain_muutos_HE_pt-kauppa_13.9.2012.pdf