

Marknadsintegration och konkurrens¹

Richard Friberg, 20031031

Introduktion

Konkurrensfrågor intar ofta en central plats i nyhetsflödet. Varför är svenska priser högre än i många andra länder? Är ökad konkurrens från utländska företag bra - leder det inte bara till en utarmning av utbudet där bara ett fåtal stora internationella varumärken överlever? Varför har EU synpunkter på statligt stöd till svenska företag? Varför blockerade EU samgåendet mellan Volvo och Scania? Leder inte billigare transporter till en massa nonsenshandel - är det verkligen vettigt att vi importerar mineralvatten från Frankrike samtidigt som vi skeppar svenskt mineralvatten till USA?

Detta kapitel ger en översikt av samband mellan konkurrens, välfärd och marknadsintegration. Marknadsintegration definierar vi som lägre gränshinder, det vill säga minskande transportkostnader eller lägre handelshinder. Vi fokuserar på empiri, det vill säga på analys av data från diverse marknader. Tyngdpunkten ligger på Europa, dels därför att många läroböcker endast mycket kortfattat beskriver den europeiska integrationsprocessen, dels därför att EU på många sätt utgör ett lärorikt experiment då vi skall försöka förstå vilken roll som nationsgränser spelar för handel och välfärd. Fokus avspeglar också Sveriges handelsmönster då den överväldigande delen av vår handel sker med EU eller andra OECD-länder såsom USA och Norge.² Vi börjar med att ge en överblick av vad olika studier säger om hur integrerade olika nationella marknader är. Vi fortsätter med en genomgång av sambandet mellan marknadsintegration och konkurrens - har konkurrensen stärkts av att marknader integrerats? Efter detta går vi vidare till att beskriva integrationsprocessen inom EU.

Hur integrerade är nationella marknader?

I de teoretiska modeller som vi lär ut i grundläggande internationell ekonomi gör vi ofta tanke experimentet att länder går från att vara helt stängda för handel till att vara fullständigt öppna. Vi utgår också ofta (såsom i standardvarianterna av Heckscher-Ohlin och Ricardianska

¹ Jag är tacksam för värdefulla kommentarer från Magdalena Andersson, Ola Granström och Fredrik Wilander.

² Vi kommer därför att endast i liten utsträckning beröra empiri eller frågeställningar som specifikt fokuserar på utvecklingsländernas situation. Ökande handel och marknadsintegration inom Asien eller Latinamerika är intressanta frågor, men av utrymmesskäl väljer vi att fokusera på Sverige och OECD-länderna.

modellerna till exempel) från att vi inte har några transportkostnader. Detta är uppenbara förenklingar - vi har relativt få exempel genom historien på att länder varit *helt* slutna. De flesta länder har handlat internationellt i viss utsträckning och handelspolitik och transportkostnader har påverkat vilka varor och tjänster som handlats och hur åtskilda olika marknader varit. Vikingatiden och Hansans starka roll i Sverige under medeltiden är bara två exempel på att internationell handel länge varit ett viktigt fenomen. Även mer långväga handel har förekommit - Europa handlade exempelvis med Fjärran östern redan på 1500 och 1600-talet. Det var dock i stor utsträckning bara varor vars värde per viktenhet var mycket högt, som siden, kryddor och silver, som handlades på långa avstånd.³ Å andra sidan har vi få exempel på att länder varit helt öppna och vi kan i verkligheten inte bortse från att transportkostnader är viktiga för handel och för graden av specialisering.

Framgångsrikt modellerande bygger på att skala bort väldigt mycket för att renodla en insikt. I detta avsnitt kommer vi dock att i stor utsträckning fokusera på det som skalats bort i de enkla standardmodellerna - i vilken utsträckning leder kostnader för internationell handel till att marknader är åtskilda? Om länder skiljs åt av betydande handelshinder eller mycket höga transportkostnader kan handel endast ha en begränsad inverkan på nationella arbetsmarknader, graden av specialisering eller andra effekter av handel som vi anser viktiga. Ju lägre handelskostnader mellan två länder, desto större är också möjligheterna för dessa två länder att förverkliga de vinster av handel som kan uppkomma från specialisering av produktionen baserad på komparativa fördelar eller på bättre utnyttjande av skalfördelar.

Det finns flera sätt att söka mäta om marknader blivit mer integrerade. Ett sätt är att *studera utfallen*; Hur specialiserad är produktionen? Hur har handelsvolymerna utvecklats? Möter konsumenter på olika platser liknande uppsättningar produkter till liknande priser? Är samma företag verksamma i flera länder? Ett annat sätt är att *studera hur de förhållanden som påverkar graden av marknadsintegration har utvecklats*. Exempelvis kan man beskriva hur mycket transportkostnader har minskat mellan länder. Hur har tullar utvecklats? Hur stor andel av handeln omfattas av kvoter eller andra icke-tariffära handelshinder? Hur har handelspolitiken utvecklats (exempelvis medlemskap i WTO, eller olika regionala frihandelsområden eller tullunioner)?

Låt oss börja med att titta på ett utfall - hur priser på olika marknader utvecklats. Grundläggande mikroekonomi lär oss att priset på en vara på en marknad kan uttryckas som ett påslag på marginalkostnaden - allt annat lika innebär högre marginalkostnader ett högre

³ Se O'Roarke och Williamson (2000) för en diskussion av hur marknadsintegrationen utvecklats över tiden.

pris. Påslaget i sin tur avgörs av efterfrågans priskänslighet (hur elastisk efterfrågan är - detta i sin tur beror bland annat på inkomster, smak och priser på substitut) och marknadsstruktur; hur många företag är aktiva, vilka är deras inbördes styrkeförhållanden och hur konkurrerar de (är till exempel kapacitetsbegränsningar viktiga på den aktuella marknaden, är marknadsföring viktig)? Dessutom kan moms eller skatter driva upp priset och skapa en kluft mellan det pris konsumenter betalar och det pris som försäljare får ut. Konkurrensverket (2002) studerar till exempel de svenska livsmedelspriserna och finner att de år 2001 är 11 procent högre än EU-genomsnittet. Högre moms i Sverige förklarar en del av förändringen, om vi bortser från momsen var livsmedel 6 procent dyrare än i EU i snitt. I denna typ av jämförelser spelar det självklart roll vilka varor som ingår i mätningen och hur sammanvägningen sker, men att livsmedel tenderar att vara relativt dyra i Sverige är ett genomgående resultat. Konkurrensverket finner att svenska marginalkostnader är högre på grund av höga löner och dyra transporter i ett förhållandevis glesbefolkat land. De gör bedömningen att ungefär hälften av prisskillnaden kan hänföras till bristande konkurrens.

Priser avgörs dock inte bara av kostnads- och efterfrågeförhållanden inom landet utan även priser på andra närbelägna marknader bör spela roll. Om gränshinder minskar förväntar vi oss att möjligheterna för priser att skilja sig åt mellan länder minskar. Den underliggande logiken bygger på det som ekonomer kallar arbitrage, vilket innebär att om det är billigare på en plats än på en annan så lönar det sig för någon att köpa denna varan där den är billig och sälja den där den är dyr. Detta utgör basen för en definition av var gränserna för en marknad skall dras som går tillbaka till pionjäreerna inom mikroekonomi från 1800-talet, Augustin Cournot och Alfred Marshall. En marknad definieras som det geografiska område inom vilket priser snabbt konvergerar till likhet efter att man tagit hänsyn till transportkostnader. Exempelvis är många råvarumarknader i stort sett globala, priset på guld eller råolja är i stor utsträckning oberoende av var produkten köps. På en sådan marknad säger vi att "lagen om ett pris" håller - priset på varan är oberoende av inköpsort. Om lagen om ett pris inte håller mellan två marknader säger vi att dessa två marknader är segmenterade.

Ökande marknadsintegration borde följaktligen bli synlig i form av att *priset på samma vara i två olika geografiska områden tenderar att bli mer lika*. Figur 1 visar hur priset för en varukorg som avser spegla en representativ konsumtion för ett hushåll utvecklats över tiden. Den undre kurvan visar priset på denna varukorg i Sverige relativt det genomsnittliga priset för samma varukorg i hela EU under perioden 1990-2001. Som synes är Sverige dyrare. Genomsnittet är 128, det vill säga i snitt var priserna för privat konsumtion 28 procent högre i Sverige än i ett EU-genomsnitt. En jämförelse av denna typ försvåras av en flytande växelkurs

som skapar stora kast, exempelvis syns kronans fallande värde efter det att Sverige övergick från en fast till en flytande växelkurs på senhösten 1992 tydligt. Den övre kurvan mäter variationen i detta prisindex inom hela EU - måttet är den så kallade variationskoefficienten (det vill säga standardavvikelsen genom genomsnittet)⁴. Som synes har det varit en trend neråt, det vill säga priser blir mer och mer lika vilket rimmar väl med att 1990-talet var en period av långtgående integrationssträvanden inom EU.

Figur 1 ungefär här

Att handeln ökat snabbare än bruttonationalprodukten är också ett tecken på minskade handelsbarriärer och en ökad grad av markandsintegration (se Harry Flams kapitel i denna bok). Handelsandelens ökning är särskilt anmärkningsvärd eftersom tjänster, vilka till sin natur ofta gör dem svårare att handla internationellt (för att ta ett illustrativt exempel är det lättare att exportera en bil än en hårklippning), ökat sin andel av bruttonationalprodukten under efterkrigstiden. Den starka ökningen av direktinvesteringar är också ett tecken på att graden av marknadsintegration ökat, i allt större utsträckning är samma företag verksamma på många marknader (se Karolina Ekholms kapitel i denna bok).

Variabler som bör påverka graden av marknadsintegration pekar också på att integrationen ökat. Något förvånande tyder de studier som gjorts inte på att transportkostnader i sig minskat särskilt kraftigt de senaste decennierna (se exempelvis Bordo m fl 1999). I stället pekar mycket på att den viktigaste förändringen på transportområdet är att möjligheterna att flytta varor snabbt genom flygfrakt påverkat vilka typer av varor som handlas och hur produktionen organiseras. Jämför en svensk fruktdisk idag med en i början av 1970-talet. Priset på apelsiner jämfört med övriga varor kanske inte ändrats så mycket på grund av att transporter blivit billigare. Däremot har utbudet av diverse exotiska frukter ökat kraftigt, ett exempel på att snabbare internationella transporter - tillsammans med förändrade efterfrågemönster - påverkat vad som säljs. Mycket pekar på att handelsliberalisering har varit en betydligt viktigare faktor för ökad handel än minskade transportkostnader (se exempelvis Baier och Bergstrand, 2001). Henrik Horns kapitel i denna bok gör en översikt av de minskade handelshinder som förknippats med att fler och fler länder blir medlemmar i WTO, EU-medlemskapet och ensidiga avregleringar.

Marknader har blivit mer integrerade, men gränser fortfarande viktiga

⁴ Vi har multiplicerat variationskoefficienten med 10 för att de två kurvorna skulle bli lätta att se i ett och samma diagram.

Vi kan följaktligen konstatera att nationella marknader typiskt sett blivit mer integrerade under de senaste årtiondena. Det gäller inte minst Sverige och Europa där en målmedveten politik förts för att öka graden av marknadsintegration. En ökning i graden av marknadsintegration betyder dock inte att vi i absolut mening är helt integrerade; tvärtom visar ett stort antal studier att gränser fortsätter att vara mycket viktiga för priser och handelsvolym. Det är värt att lyfta fram två inflytelserika studier inom detta område som har stimulerat ett stort antal liknande analyser fast för andra länder, andra tidsperioder och med något annorlunda metodik. I "How Wide is the Border?" använder Charles Engel och John Rogers prisindex för olika produktkategorier från ett antal olika städer i USA och Kanada. De jämför hur priset på exempelvis skor i Vancouver utvecklats sig över tiden jämfört med priset på skor i andra kanadensiska och amerikanska städer. De finner att ju längre ifrån varandra som två städer ligger, desto mer rör sig den relativa prisnivån mellan dessa städer, det vill säga desto större avvikelser från lagen om ett pris ser vi. Detta är precis vad vi väntar oss, givet att transportkostnader spelar roll. Deras viktigaste resultat är dock att om städerna ligger i olika länder så är avvikelserna betydligt större. Deras allra mest försiktiga uppskattning av hur mycket gränsen betyder är 280 mil, det vill säga längre än Sverige från norr till söder. Det vill säga; att korsa gränsen är förknippat med en lika stor ökning i hur mycket prisnivåerna rör sig mellan två orter som om orterna låg 280 mil ifrån varandra. Översatt till svenska förhållanden säger det att priserna rör sig mer mellan Haparanda och Torneå (som ligger på andra sidan gränsen, i Finland) än vad de gör mellan Haparanda och Malmö. Engel och Rogers studie understryker att gränsen betyder mycket även mellan Kanada och USA som till stor del talar samma språk, har ett frihandelsområde (NAFTA) och relativt små kulturella skillnader.

En annan uppmärksam studie är den av McCallum (1995) som studerar handelsflöden mellan amerikanska delstater och kanadensiska provinser. McCallum använder sig av vad som kallas gravitationsmodeller. Ett mycket stort antal studier har visat att hur mycket två länder handlar med varandra i stor utsträckning bestäms av avståndet mellan dem och deras storlek (mätt till exempel i form av bruttonationalprodukten). Precis som inom gravitationen så är "dragningskraften" större ju närmare en marknad är och ju större den marknaden är, därav namnet gravitationsmodeller. För att illustrera detta kan vi till exempel konstatera att 2002 så var USA Sveriges största exportmarknad, följt av Tyskland, Norge, Storbritannien, Danmark och Finland. Det vill säga våra största exportmarknader var antingen näraliggande (som Norge, Danmark, Finland), stora (som USA) eller både stora och nära (Tyskland och Storbritannien). McCallum relaterar handel mellan provinserna och delstaterna till deras

inbördes avstånd och bruttonationalprodukterna i respektive regioner. Dessutom inför han en variabel som fångar upp om regionerna ligger i olika länder. För att exemplifiera så antag att British Columbia (som ligger i Kanada) handlar si och så mycket med en amerikansk delstat, till exempel Minnesota. Hur mycket större skulle handeln vara med en kanadensisk provins som låg på motsvarande avstånd och hade motsvarande BNP som Minnesota? McCallums svar är att handeln skulle vara mer än 20 gånger så stor. Senare studier pekar på att McCallum tenderar att överskatta effekterna (se Anderson och Van Wincoop, 2003) men att gränsen är mycket betydelsefull för handelsflöden bekräftas också i dessa studier.

Också inom EU är det på många varumarknader en bra bit kvar innan man kan betrakta EU som *en* gemensam marknad. Många branscher domineras av inhemska tillverkare och det finns betydande prisskillnader mellan länder. Studier som använder liknande metodik som Engel och Rogers respektive McCallum, men använder europeiska data, bekräftar att gränser är viktiga även inom EU. Det finns även ett antal studier som studerar prisspridning mellan länder för enskilda produkter (till exempel priser från IKEA, europeiska bilmärknader eller priser på McDonalds Big Mac-hamburgare) eller breda uppsättningar priser, som de som ligger till grund för figur 1. Även dessa mer detaljerade studier finner att EU-marknaderna i många avseenden är nationellt uppdelade.⁵ Man kan till exempel studera hur stor prisspridningen är *mellan* länder och jämföra den med prisspridningen *inom* länder. För att ta ett exempel så hänför sig prisspridning inom länder till hur olika priser är i Stockholm, Göteborg, Växjö och så vidare för ett antal svenska orter. Om gränser spelar stor roll för priser så kommer prisspridningen inom länder att vara betydligt mindre än vad den är mellan länder. I tabell 1 nedan visas prisspridningen mellan länder och inom länder för ett urval av produkter. Prisuppgifterna är från 2001 och kommer från olika regioner i EUs alla medlemsländer. Precis som i figur 1 så använder vi variationskoefficienten för att mäta prisspridningen. Vi ser att priserna varierar mycket mer mellan länder än vad de gör inom länder, vilket pekar på att nationella gränser är viktiga för att avdela marknader även inom EU.

Tabell 1 ungefär här

Att Europeiska marknader verkar vara så pass åtskilda betraktas ofta, inte minst av europeiska kommissionen själv, som något av ett mysterium. Mysteriet skall dock inte överskattas. Som

⁵ IKEAs prissättning studeras i Haskel och Wolf (2001), europeiska bilmärknader i Goldberg och Verboven (2003) och en större uppsättning prisdata i Crucini m fl (2001).

vi kommer att se nedan vidtogs många av de åtgärder som vi förväntar oss skall påverka graden av marknadsintegration först under 1990-talet.

Leder lägre handelshinder till hårdare konkurrens och lägre priser? Leder det till högre välfärd?

Teoretisk bakgrund

Vi har nu etablerat att nationella marknader har integrerats alltmer under de senaste årtiondena men att gränser fortfarande fungerar som betydande avdelare då det gäller priser och handelsmönster. Låt oss gå vidare till det som är fokus för detta kapitel; är lägre handelshinder och mer integrerade marknader förknippade med hårdare konkurrens och lägre priser? I relation till handelsteori är det värt att konstatera att om vi antar perfekt konkurrens är det inte relevant att prata om hårdare konkurrens - priset är alltid lika med marginalkostnaden. I perfekt konkurrensmodeller kommer välfärdsvinsterna av handel från *allmän jämvikts-effekter*; vissa branscher minskar sin produktion och andra ökar sin produktion. Olika regioner specialiserar sig på produktionen av de varor som de har lägst alternativkostnad för att producera, varor för vars produktion de har komparativa fördelar. I modeller med imperfekt konkurrens finns därutöver potential för ytterliggare välfärdseffekter. Ofta kan vi använda oss av *partiell jämviktsanalys*, det vill säga vi tittar bara på en marknad, för att åskådliggöra dessa välfärdseffekter. Modeller som bygger på imperfekt konkurrens utgör en viktig beståndsdel för att förstå handelsmönster. Till exempel kan inombranschhandel, det vill säga att ett land både exporterar och importerar en viss vara (till exempel bilar), inte förklaras i perfekt konkurrensmodeller.

I modeller med imperfekt konkurrens är priserna högre än marginalkostnader och det finns potential för att utländska konkurrenter skärper konkurrensen. Då vi studerar hur priser påverkas av lägre gränshinder vid imperfekt konkurrens är det klargörande att skilja på två typer av effekter. Den första kan vi kalla *prisetjämnning*. Om marknader är segmenterade bestäms priset på respektive marknad av konkurrensen på den marknaden, av marginalkostnaderna för att sälja på den marknaden, av skatter och av efterfrågans priskänslighet på respektive marknad. Allt annat lika kommer exempelvis ett företag som säljer på två marknader att vilja hålla ett lägre pris på en relativt fattig marknad eftersom kundernas priskänslighet där kommer att vara högre. Om man nu monterar ner handelshinder mellan dessa marknader så underlättas arbitrage och detta för med sig att priser stiger på

lågprismarknaden och faller på högprismarknaden. Möjligheter att köpa exempelvis läkemedel i relativt billiga EU-länder som Grekland och sälja i relativt dyra länder i Nordeuropa pressar priserna uppåt i Grekland och neråt i Sverige. Den direkta effekten är att grekiska konsumenter påverkas negativt av detta och svenska konsumenter positivt. För att förstå och utvärdera de direkta effekterna av detta brukar ekonomer tänka på frågan som att vi jämför en situation där företag kan ägna sig åt tredje gradens prisdiskriminering (det vill säga kan sätta olika priser till olika kundgrupper - i det här fallet olika länders konsumenter) med en situation där de måste sätta samma pris till alla konsumenter. Prisdiskriminering har fördelningseffekter - företagets vinst ökar och konsumentöverskottet för relativt prisokänsliga grupper minskar medan det ökar för priskänsliga grupper. Huruvida effektiviteten minskar på grund av denna form av prisdiskriminering, det vill säga hur dödviktsförlusten påverkas, beror på ett antal villkor av mer teknisk karaktär.⁶

Den andra effekten på priser kommer av att *konkurrensen kan förväntas hårdna* på en mer integrerad marknad vilket leder till att priset pressas på båda marknaderna. Vi använder figur 2 nedan för att illustrera jämförelsen mellan en jämvikt med segmenterade marknader och en med integrerade marknader. Vi kan tänka oss att det åskådliggör sambandet mellan marknadsstorlek och marknadsstruktur i en typisk modell av imperfekt konkurrens i internationell ekonomi (se till exempel Krugman och Obstfeld, 2003, kapitel 6) där varje företag tillverkar en vara som är något olik de andra företagens varor. Vi säger att varorna är *differentierade*, som exempel är en tallrik kalaspuffar inte samma produkt som en tallrik havrekuddar, men båda konkurrerar på en marknad för flingor. Varje företag har en fast kostnad för att producera vilket leder till skalfördelar, vid högre kvantiteter blir styckkostnaden lägre. Vi tänker oss två stycken nationella marknader; A och B, där A är något större i termer av köpkraft (fler och rikare konsumenter) och har 8 företag inom branschen i den första jämvikten medan den mindre marknaden bara har 6 företag. Då marknader integreras hårdnar konkurrensen och färre företag kan verka med vinst på den större gemensamma marknaden. Vi kan till exempel anta att det på en integrerad marknad finns utrymme för totalt 10 företag snarare än 14 (8 företag i A plus 6 i B).

Figur 2 här

I den nya jämvikten är välfärden typiskt sett högre - priser är lägre eftersom varje företag producerar en större volym och därmed kan dra fördel av skalfördelar. Priser är dessutom lägre på grund av hårdare konkurrens. Därutöver finns det för varje konsument ett större

⁶ Olika villkor rörande vilka funktionsformer man antar för efterfråge- och kostnadsfunktioner. Om det är flera företag som konkurrerar kan dessutom analysen bli ännu mer komplex, se Corts (1998).

utbud av varor att välja mellan, 10 varor i stället för 8 respektive 6 varor i fallet med helt segmenterade marknader. Teorin i sin enklaste form säger ingenting om *vilka* företag som slås ut - i den omstrukturering som till exempel pågår i många branscher i Europa kan till exempel regler kring hur företag får gå samman (fusioner) vara viktiga för utfallen, någonting som vi återkommer till då vi analyserar europaintegrationen.

Marknadsstorlek, handelshinder och konkurrens - empiri

Vi kommer nu att gå igenom de empiriska belägg som finns för de olika mekanismerna som vi just beskrivit. Den första pusselbiten är att större marknader (i termer av fler konsumenter eller konsumenter med högre betalningsvilja) kan hysa fler företag. Vid en given nivå på fasta kostnader så kan fler företag drivas med vinst på en större marknad. För att ta ett enkelt exempel så finns det fler körskolor i Stockholm eller Göteborg än vad det gör i Kiruna eller Gällivare. Fasta kostnader spelar roll i nästan all produktion - om en marknad är för liten så räcker inte ens de intäkter som en monopolist skulle få till för att verksamheten skulle kunna drivas med vinst. Vi kan till exempel tänka på en liten isolerad ort där det inte finns tillräcklig marknad för en bilverkstad. Om vi nu låter marknadsstorleken öka så kommer så småningom orten att vara tillräckligt stor för att en, men inte två, bilverkstäder skall kunna drivas utan förlust. När marknaden blir ännu större nås en punkt där det blir lönsamt för ytterliggare ett företag att gå in, och så vidare. Ett exempel på en test av denna förutsägelse är Bresnahan och Reiss (1991) som studerar relationen mellan antal invånare och antal butiker i små isolerade orter i västra USA. Teorins förutsägelser stämmer väl med vad de ser. Då vi i stället studerar olika länder är det självklart att sambanden är mer komplicerade - men mycket av intuitionen gäller även i detta fall. Vi kan till exempel konstatera att de ledande företagens marknadsandel i många branscher i befolkningsmässigt små länder, som Belgien, är betydligt högre än vad den är i större länder som Frankrike eller Tyskland. På samma sätt är det ingen slump att stora länder som Tyskland och Frankrike har flera inhemska bilproducenter medan mindre marknader som Belgien, Danmark och Finland inte har någon - det är viktigt att ha en stor hemmamarknad för att kunna täcka fasta kostnader. Vi förväntar oss inget exakt samband mellan marknadsstorlek och antalet företag - exempelvis kan industripolitik, handelspolitik över tiden och komparativa fördelar också spela roll då vi tittar på utfall mellan länder som handlar med varandra. Trots att Sverige är en relativt liten marknad har vi ju till exempel två biltillverkare (om än numera med utländskt ägande).

Den andra pusselbiten är att konkurrensen är hårdare på en marknad med fler företag. Ett stort antal studier visar mycket riktigt att större marknader och lägre handelshinder är förknippade med hårdare konkurrens. En typ av studier analyserar samband mellan marknadsstorlek och priser på olika orter. Ett exempel är att relatera priset på en viss matkorg i en mängd svenska orter till olika variabler som kan påverka priset; kostnader såsom hyror, efterfrågefaktorer såsom inkomstnivåer på orten samt antalet företag.⁷ Resultaten skiljer sig åt mellan branscher men det typiska resultatet är att, efter att hänsyn tagits till andra variabler, orter med fler företag har lägre priser (se till exempel Schmalensee 1989). Fler jämnstora företag tenderar också att leda till hårdare konkurrens. Fyra jämnstora företags konkurrens leder till lägre priser än vad priserna skulle vara på motsvarande marknad med ett dominerande företag och tre små nischproducenter. En situation där varje nationell marknad domineras av inhemska producenter är med andra ord mindre konkurrensfrämjande än en situation med jämnare styrkeförhållanden.

Det finns också ett betydande antal studier som direkt har försökt studera den internationella konkurrensens roll. Många har till exempel studerat om priser är lägre i branscher där importen utgör en större del av konsumtionen, det vill säga branscher där vi kan anta att importkonkurrensen är starkare. Ett exempel på denna typ av undersökning är Hansson (1992). Han relaterar avkastning på kapital för ett stort antal svenska branscher till kapitalintensitet i produktionen, ett mått på den inhemska konkurrensen och till importens andel av konsumtionen. Hans slutsats är att en högre importandel är förknippad med lägre vinster, det vill säga med hårdare konkurrens. Dessutom blev effekten starkare i och med frihandelsavtalet mellan Sverige (i egenskap av EFTA-medlem) och EU 1973.

Slutsatsen stärks av de studier som mer i detalj studerar olika episoder av handelsliberalisering. Ett sätt att mäta graden av konkurrens är försöka uppskatta hur mycket över marginalkostnaden som priset ligger, det vill säga hur höga pris-kostnadsmarginalerna är. Hårdare konkurrens leder till lägre marginaler. Levinsohn (1993) tittar exempelvis på vad som hände med marginalerna för den turkiska tillverkningsindustrin åren kring en stor handelsliberalisering under mitten av 1980-talet. Han finner att i branscher där import hindren minskade så minskade marginalerna, medan i de få branscher där handelshindren ökade så ökade också marginalerna.

Flera studier har också direkt försökt att utvärdera hur produktionens effektivitet har påverkats av lägre handelshinder. Empiriska studier tenderar att bekräfta att

⁷ Se Asplund och Friberg (2002) för en tillämpning just på svenska livsmedelsmarknader.

handelsliberalisering är förknippat med effektivare produktion men att skalekonomiernas roll är begränsad. Viktigare verkar vara att då konkurrensen ökar är det endast de mest effektiva producenterna som överlever och att konkurrens får företag att producera effektivare (se Tybout, 2003 för en översikt). Att modellera att företag har olika marginalkostnader eller att konkurrens får dem att anstränga sig hårdare är mer komplicerat än att använda skalfördelar som orsak till ökad produktivitet. Empirin pekar följaktligen åt samma håll som teorin - att produktionen är effektivare på en större marknad - men lyfter fram delvis andra mekanismer.

För att summera; att lägre handelshinder stärker konkurrensen och förbättrar effektiviteten i produktionen är följaktligen inte bara en teoretisk förutsägelse utan den bekräftas också i ett stort antal studier. Precis som alltid i fråga om statistisk analys så förväntar vi oss *inte alltid* att detta är resultatet av en handelsliberalisering. För att ta en liknelse så förväntar vi oss att en dag i juli är varmare än en dag i maj, men det går att hitta exempel på julidagar som är kallare än majdagar. Liknelsen kan tyckas banal men den understryker att det, närhelst det är möjligt, är viktigt att basera slutsatser på ett stort antal marknader, fall och studier. Enskilda exempel kan vara viktiga för att förstå eller åskådliggöra en mekanism, men kan lätt leda fel om man drar för stora växlar på dem.

Andra aspekter på hårdnande konkurrens

Mycket av litteraturen som vi har diskuterat tills nu har fokuserat på priser, men konkurrens kan ju också påverka exempelvis kvalitet. Grundantagandet är att konkurrens är förknippat med högre kvalitet, eller åtminstone högre kvalitet i förhållande till priset. Vi förväntar oss att ett hårdare konkurrenstryck betyder att företag måste anstränga sig mer i någon eller flera dimensioner för att få kunder att köpa just deras produkt, vilket är förknippat med högre "kvalitet per krona". Här finns möjlighet för en ytterliggare positiv effekt av konkurrens. Inte minst i fattigare länder kan inhemska produkter ofta vara av lägre kvalitet än importerade. Konkurrens kan dock vara förknippat med fallande kvalitet - en produkt med lågt pris och lägre kvalitet kan ju driva ut en produkt med högre kvalitet och högt pris om tillräckligt många väljer den billigare produkten. För att ta ett extremt exempel så drev uppfinningen av tryckpressen bort handskrivna pergament från marknaden. Ett sätt att titta på hur kvaliteten beror på marknadsstorlek är att studera en viss produkt på många marknader såsom Berry och Waldfogel (2003) gör för tidnings- och restaurang marknader. Dessa två marknader kan ses som exempel på olika mekanismer som länkar kvalitet till marknadsstorlek. På restaurangmarknaderna visar resultaten tydligt att det blir ett större utbud av *olika* kvaliteter

då marknadens storlek ökar - större städer har fler guldkrogar, men också fler syltor. Tidningsmarknader å andra sidan är ett exempel på en typ av marknader där konkurrensen lätt tar sig uttryck i en upptrappning av de fasta kostnaderna när marknadsstorleken ökar, snarare än i att det blir fler företag (forsknings- och marknadsföringsintensiva branscher är andra exempel).⁸ De finner att tidningar på större marknader tenderar ha högre fasta kostnader vilka är länkade till en högre kvalitet, där kvaliteten mäts som antalet sidor, antalet prisbelönda reportage och antalet reportrar. På en marknad där fasta kostnader inte trappas upp på detta sätt tenderar alla enskilda företags marknadsandelar att vara små då marknaden är stor. På en marknad där högre fasta kostnader däremot är ett viktigt konkurrensmedel sker inte detta, utan de ledande företagens marknadsandelar förblir stora. New York Times har till exempel en marknadsandel på nästan 50 procent i staden New York.

En viktig del i det som kallas globaliseringskritiken (se till exempel Naomi Kleins "No Logo", 2002) är att hårdnande konkurrens från utländska företag ofta är negativ. Argumentet är att när ett land liberaliserar så kommer starka utländska företag in och slår ut lokala producenter med sina låga priser. I den typ av modeller som oftast används för att studera imperfekt konkurrens i internationell ekonomi är inte detta något större problem; konsumenter tycker om att konsumera många märken och det är inte så att något enskilt märke är speciellt viktigt.⁹ I verkligheten är dock många produkter sådana att en konsument har ett favoritmärke. Om denna produkt försvinner på grund av hårdare konkurrens kan denna enskilda konsument få det sämre. Det är alltså lätt att hitta exempel där enskilda konsumenter fått det sämre på grund av hårdare konkurrens. Att IKEA etablerar sig på en ort kan naturligtvis leda till utslagning av mindre möbelhandlare. För en del konsumenter är detta negativt på samma sätt som en älskare av medeltida handskrifter drabbades av att inte tillräckligt många andra tyckte att det var värt den prisskillnaden för att välja produkten med högre kvalitet. Vi förväntar oss dock att flertalet konsumenter får det bättre - anledningen till att en viss produkt tränger ut andra från marknaden är trots allt att många föredrar den.¹⁰

⁸ Studiet av marknader som kännetecknas av denna typ av eskalering i fasta kostnader förknippas främst med den brittiska ekonomen John Sutton, se till exempel Sutton (1992).

⁹ Det finns en allmän jämviktseffekt förutom den effekt på produktutbudet som vi fokuserar på här. Då importhinder tas bort minskar landets produktion i vissa branscher och ökar i andra. Att produktionen av vissa varor eller tjänster minskar eller försvinner är en förutsättning för att det skall finnas vinster av handel. För att produktionen skall stöpas om med kraftigare inriktning mot de sektorer där ett land har komparativa fördelar krävs att produktionsfaktorer som arbetskraft eller kapital frigörs från andra sektorer. Denna process kan självklart både ta tid och vara smärtsam i verkligheten.

¹⁰ Man kan sätta upp modeller av enskilda marknader där lägre handelshinder leder till lägre välfärd av just denna typ av anledningar, se exempelvis Francois och Van Ypersele (2002). De antaganden de gör är dock i högsta grad skraddarsydda för att få denna slutsats.

Precis som i de tidigare frågorna vill vi helst ha empiriska undersökningar som kan tjäna som vägvisare. Det finns tyvärr mycket få studier av hur produktutbudet påverkas av lägre handelshinder. En av de få som finns studerar hur utbudet av produkter förändrades vid den handelsliberalisering som Costa Rica genomförde mellan 1986 och 1992 (Klenow och Rodríguez-Clare, 1997). Deras mått på utbudets bredd är antalet länder som en viss produkt importerats från och de finner en stark koppling mellan tullar och bredden på utbudet. De finner att en sänkning av tullen med en procent leder till en ökning i bredden på utbudet med en halv procent. Ett mer fundamentalt problem är att vi i beräkningar av välfärdseffekter ofta räknar med en fast uppsättning produkter - i verkligheten ändras utbudet av produkter hela tiden, nya produkter introduceras och gamla försvinner. Att ta hänsyn till detta då man skattar effekterna av importhinder är svårt, men det finns god anledning att tro att vi underskattar kostnaderna för att ha importhinder om vi bortser från denna utveckling av antalet produkter.¹¹

En annan aspekt på lägre handelshinder är att vi ser ökande strömmar av inombranschhandel, det vill säga att ett land både exporterar och importerar en viss vara. Att Sverige exporterar Volvobilar och importerar japanska bilar kanske inte är så uppseendeväckande men vi ser också betydande handel i mer homogena varor (det vill säga varor som är i stort sett identiska oberoende av från vilken producent jag köper dem). Det känns kanske svårmotiverat att Sverige under 2002 importerade 11 381 ton mineralvatten samtidigt som vi exporterade 9 815 ton mineralvatten. Eller att vi importerade 41 222 ton fläskkött samtidigt som vi exporterade 16 589 ton fläskkött. Dessa varor är relativt homogena och har relativt låga fasta kostnader innebär att stordriftsfördelarna är mycket begränsade. Ekonomisk teori ger inget entydigt svar på om internationell handel med denna typ av varor är av godo eller inte. I den utsträckning som man importerar mer än man exporterar finns en sedvanlig effekt av att man specialiserar sig enligt komparativa fördelar. Men de resurser som används för att producera exporten av dessa varor har ju inte frigjorts för att producera något annat. Hade det inte varit bättre att vi slutade exportera och importera dessa typer av produkter och därmed sparat in massa transporter?

För att renodla frågeställningen kan man se det som ett exempel på det som kallas "reciprocal dumping" (se till exempel Krugman och Obstfeld, 2003, sid 146). Denna typ av modeller visar hur handel i helt homogena produkter kan komma till stånd. I det enklaste fallet kan vi tänka oss två länder med kostnader för att transportera varor mellan dem där det i

¹¹ Romer (1994) är en ofta citerad artikel där han funderar kring dessa frågeställningar.

varje land finns ett företag som producerar en viss vara, säg mineralvatten. Handel kan uppstå trots att båda länderna producerar precis samma vara, orsaken är att priserna är högre än marginalkostnaden och för mig lönar det sig att sälja till din marknad och för dig lönar det sig att sälja på min marknad. Det finns då två motverkande välfärdseffekter av handel - på pluskontot finns att handeln pressar priserna eftersom de lokala producenterna möter utländsk konkurrens. I verkligheten är dessutom de flesta varor inte helt homogena och som diskuterades ovan är vårt grundantagande att handel leder till ett bredare utbud av varor. Tillgång till ett bredare utbud är då en extra faktor på pluskontot för handel. På minuskontot hamnar att vi slösar resurser på att skeppa identiska varor fram och tillbaka. Teoretiskt finns en möjlighet att transportkostnaderna är tillräckligt höga för att summan av effekterna skall bli negativ, det vill säga att välfärden hade varit högre utan handel i denna bransch.

Det är ont om försök att utvärdera om detta för handeln negativa resultat är relevant i verkligheten eller bara en teoretisk möjlighet. En uppsats som gör det är Friberg och Ganslandt (2003) där vi använder data från den svenska marknaden för mineralvatten. Vi simulerar en jämvikt utan importerade märken - priser är då något högre och utbudet något mindre men det finns en samhällsekonomisk vinst genom att vi ersätter dyr utländsk produktion med mer resurssnål inhemsk. I simuleringarna är handel positivt, den samlade välfärden skulle minska något om import av mineralvatten stoppades. Effekten är dock inte speciellt stor och bortser vi från den positiva effekten av ett bredare utbud är välfärdsvinsten ungefär noll. Eftersom import av vatten till Sverige var det dummaste exempel på handel vi kunde komma på så leder inte resultaten oss till att revidera vår grund tro att handel är förknippat med välfärdsvinster.¹² Såsom påpekades ovan är det svårt att dra långtgående slutsatser av ett enda exempel men resultaten pekar på att handel i homogena varor kan vara mer lättmotiverad än vad man i förstone skulle kunna tro.

En möjlig invändning mot denna slutsats är att vi använder transportkostnaden som den sociala kostnaden för transporter, det vill säga i den mån som negativa externaliteter av transport inte korrigeras genom diesel- och fordonsskatter så underskattar vi transportkostnaderna. Då vi tittar mer i detalj på siffrorna ser man dock att skillnaden i avstånd från källa till konsument i genomsnitt inte är så mycket längre för utländska än för inhemska vatten. Den relativt stora skillnaden i marginalkostnader mellan inhemska och importerade märken som vi finner förklaras i stället av att transportkostnader för internationell

¹² Sen kan man tycka att det är resursslöseri att buteljera vatten när kranvatten finns. Detta är dock i allt väsentligt en separat fråga från handelsfrågan. För att ta en extrem liknelse - frågan huruvida rökning skall vara tillåtet eller inte är en separat fråga från om tobaksproduktion skall ske i Sverige.

transport är betydligt högre än kostnaderna för att transportera inom Sverige. Det kan i många fall finnas anledning att känna oro för miljökonsekvenser av denna typ av handel men det förtjänar att betonas att det inte alltid är så att internationella transporter är längre eller mer resurskrävande än transporter inom landet. Sverige är ett stort land och många orter i södra Sverige har närmare till Tyskland eller Danmark än vad de har till Stockholm. På motsvarande sätt kan en leverantör i Holland ligga närmare en nordfransk konsument än vad en sydfransk leverantör gör.

Marknadsintegration och konkurrensregler i EU

Ur ett svenskt perspektiv finns det särskilda skäl att intressera sig för marknadsintegration och konkurrens över gränserna inom EU. I detta avsnitt kommer vi först att göra en kort historik och sätta marknadsintegrationen inom EU i perspektiv.¹³ Därefter kommer vi att diskutera det aktuella regelverket kring marknadsintegration och konkurrens med särskild hänsyn till fall och frågor som är av svenskt intresse.

De ekonomiska argument som vi gått igenom ovan har varit en viktig drivkraft i EUs integrationsprocess. Jean Monnet, en av de drivande krafterna bakom Europasamarbetet sa till exempel redan 1943 att: "The countries of Europe are too small to give their peoples the prosperity that is now attainable and therefore necessary. They need wider markets." Det vill säga, ett viktigt syfte med det systematiska arbetet att minska olika sorters gränshinder har varit att skapa hårdare konkurrens, bättre utnyttjande av stordriftsfördelar och en mer långt driven specialisering. Dock bör det understrykas att marknadsintegrationen inom EU även har ett annat fundament, tron att en nära integration är ett sätt att förebygga krig. Andra världskriget ledde till ungefär 8 miljoner människors död i Västeuropa och detta krig kom bara lite drygt 20 år efter det att det första världskriget slutade. Övertygelsen att en närmare integration var ett centralt sätt att förebygga krig var drivande i den Europeiska kol och stålunionen och senare i Romfördraget och skapandet av den Europeiska gemenskapen 1958 av Västtyskland, Frankrike, Italien, Belgien, Holland och Luxemburg. Romfördraget syftar till en mycket långtgående integration; en tullunion med gemensamma tullar mot omvärlden och fri rörlighet för kapital, arbetskraft, varor och tjänster inom den Europeiska Gemenskapen. Efter ett framgångsrikt 1960-tal var det mångas uppfattning att integrationsarbetet stagnerade under 1970-talet och det tidiga 1980-talet. Fler länder kom visserligen med i samarbetet (Danmark,

¹³ Se exempelvis Baldwin och Wyplosz (2003) för en mer utförlig beskrivning.

Irland och Storbritannien 1973; Grekland 1981; Portugal och Spanien 1986), och handeln mellan medlemsländerna var verkligen helt tullfri från 1968 och framåt, ändå var det tydligt att EG bestod av ett antal separata nationella marknader. Handel och faktorrörlighet inom EU försvårades av att nationella regler kring exempelvis säkerhet och miljö skilde sig åt, av tullformaliteter, av skilda beskattningsregler för inhemska och utländska företag och av ett systematiskt gynnande av egna företag vid offentlig upphandling.

Besvikelse över att processen inte nått längre och en energisk ny ordförande i Kommissionen i form av Jaques Delors som tillträdde 1985 ledde till det som kallats 1992-programmet, eller det gemensamma marknadsprogrammet. Genom ett åtgärdsprogram som täckte knappa 300 punkter sökte man få ner olika hinder för handel och faktorrörlighet inom Unionen. Det gällde olika former av skattemässiga hinder, harmonisering av icke-tariffära handelshinder mot utomstående länder, lägre inträdeshinder för företag från andra medlemsländer och sist men inte minst minskade handelskostnader och borttagande av tullformalia mellan länderna. Allt detta skulle vara genomfört den förste januari 1992 och därav namnet på åtgärdspaketet. Senare utveckling har medfört den monetära unionen vilken många ser som en ytterliggare marknadsintegrerande faktor, en närmare politisk union och fler medlemmar, däribland Sverige från och med 1995.

EU har inte bara en harmonisering av lagar och regler i sin verktygslåda när det gäller att påverka integrationen utan konkurrenspolitiken spelar också en viktig roll. *Artikel 81¹⁴* i Romfördraget *förbjuder samarbete och avtal som kan påverka handeln mellan EU-länderna och har en hindrande, begränsande eller snedvridande effekt på konkurrensen* inom unionen. Det är till exempel inte tillåtet för olika företag att genom överenskommelser dela upp marknader mellan sig ("du tar Danmark så tar jag Sverige") eller försöka höja inträdeshindren för nya företag. Det är inte heller tillåtet att komma överens om vilka priser som skall gälla. Det är också förbjudet att hindra konsumenter att köpa i ett annat medlemsland för att de söker dra fördel av lägre priser där. Vissa typer av avtal kan tillåtas, om de leder till effektivare produktion och en betydande andel av de vinster som avtalet ger upphov till kommer konsumenterna till del. Vissa generella undantag ges och de benämns gruppundantag.

Ett sådant gruppundantag gällde länge för bilindustrin som gavs tillåtelse att i stor utsträckning styra återförsäljares möjligheter att sälja på andra marknader än hemlandets. Det gamla gruppundantaget fasades gradvis ut med början år 2002. Det gällde alltså ett undantag

¹⁴ Numren har ändrats sedan det ursprungliga Romfördraget - artikel 81 var ursprungligen artikel 85.

kring avtal mellan tillverkare och återförsäljare. Den anledning som gavs till detta gruppundantag var att för en sådan produkt som bilar var det viktigt att återförsäljare gavs incitament att tillhandahålla tjänster före och efter försäljningen. Farhågan var att konsumenter skulle testköra, ställa frågor och komma med problem till den ordinarie försäljaren men köpa sin bil från en utländsk lågprisimportör. I förlängning skulle detta kunna leda till att försäljare med en hög servicenivå försvann, vilket skulle kunna drabba konkurrensen i branschen negativt. En konsekvens av avtalen var att priserna på olika europeiska marknader kom att skilja sig mycket åt. En återförsäljare fick inte aktivt bedriva försäljningsverksamhet i andra länder, men hade inte rätt att neka att sälja till en enskild utländsk kund. Givet att nya bilar är dyra och skillnader i pris på bara några procent kan leda till betydande besparingar är det förvånande att prisskillnaderna på bilar mellan europeiska länder förblev mycket stora. Dessa prisskillnader stack i ögonen på kommissionen som till och med har en egen websida helt ägnad åt marknadsintegration inom bilbranschen och gör prisundersökningar av alla bilmodeller i hela EU två gånger per år.¹⁵ I undersökningen från maj 2003 var skillnaden i pris mellan det billigaste och dyraste landet för att köpa en viss bilmodell ofta mer än 20 procent. En tysk konsument skulle till exempel spara mer än 40 000 kronor på att köpa en ny Peugeot 406 i Grekland i stället för i Tyskland. Ett flertal uppmärksammade rättsfall har handlat om försök till marknadsuppdelning av nationella marknader. Volkswagen fälldes exempelvis 1998 för att ha hotat italienska återförsäljare med indragna licenser om de fortsatte att sälja till kunder från Tyskland och Österrike. Straffavgiften blev betydande och fastställdes slutgiltigt till mer än 800 miljoner kronor. Andra uppmärksammade rättsfall med liknande övertramp har gällt Opel år 2000 och DaimlerChrysler år 2001.

Artikel 82 i Romfördraget förbjuder missbruk av en dominerande ställning. Den förbjuder till exempel ett företag som har en mycket stark position att påtvinga någon oskäliga priser eller villkor eller tillämpa olika villkor för likvärdiga transaktioner. Var gränsdragningen går kring vad som är tillåtet och inte avgörs i första hand av kommissionen och sedan av de domstolar till vilka kommissionens beslut kan överklagas, första instansrätten och Europeiska gemenskapernas domstol. Kännedom om bedömningar i tidigare fall är därför viktig för att förstå hur reglerna tolkas. Även artikel 82 har använts för att verka mot marknadssegmentering. I ett viktigt fall ansågs United Brands, Europas ledande banan importör vid tiden för domslutet (början av 1970-talet), ha gjort sig skyldigt till just missbruk

¹⁵ Se http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/

av en dominerande ställning genom att ha separata distributionsnätverk för olika länder och utnyttja detta till att segmentera marknaderna.

EU påverkar också marknadsintegrationsprocessen genom *förvärvskontrollen* - föreslagna förvärv eller fusioner som har en gemenskapsdimension (det vill säga företagen är tillräckligt stora och har betydande verksamhet i flera medlemsstater) måste godkännas av kommissionen innan de kan ske. Kommissionen prövar om det föreslagna samgåendet skapar eller förstärker en dominerande ställning varigenom en effektiv konkurrens inom EU skulle hindras. Kommissionen har också möjligheter att föreskriva att det nya företaget till exempel måste göra sig av med vissa verksamheter för att godkänna sammanslagningen. Förvärvskontrollen har särskilt uppmärksammats i Sverige i samband med de föreslagna sammanslagningarna av Volvo och Scania (som blockerades av kommissionen) och Föreningssparbanken och SEB (där bankerna angav kommissionens omfattande kravlista för att godkänna fusionen som anledning till att avbryta fusionsprocessen).

En viktig del i beslutsunderlaget för förvärvskontrollen är avgränsningen av den relevanta marknaden. Exempelvis i den föreslagna sammanslagningen mellan Volvo och Scania stod det snabbt klart att det sammanslagna företaget skulle få en mycket stark ställning på den svenska lastbilsmarknaden. Om man definierade de nationella marknaderna som de relevanta marknaderna blir det därför uppenbart att fusionen leder till att en dominerande ställning förstärks. Om man å andra sidan definierar EU som den relevanta marknaden så skulle Volvo och Scantias sammantagna marknadsandelar inte vara någon källa till oro för en fungerande konkurrens. I huvudsak används mått relaterade till dem som vi diskuterade inledningsvis för att avgränsa den relevanta marknaden; hur mycket skiljer sig priser åt, vilka är olika företags andelar på olika marknader och så vidare. I branscher med höga fasta kostnader finns det typiskt sett färre företag i ett litet land än i ett större. Så länge marknadsavgränsningen görs längs nationsgränser blir följaktligen slutsatsen att det, typiskt sett, är svårare för två företag i ett land som Sverige att få godkännande för ett samgående, än vad det är för två tyska företag. Huruvida mindre länder missgynnas av detta har varit föremål för intensiv debatt. Debatten har blivit särskilt livaktig sedan kommissionens beslut i flera fall fått allvarlig kritik eller kommissionens beslut helt förkastats av första instansrätten, det gäller till exempel den av kommissionen blockerade fusionen mellan Tetra Laval och Sidel. Dessa bakslag har varit viktiga för att driva på förändringar i tillämpningen av EUs konkurrensrätt som pågick under bland annat 2002 och 2003.

Konkurrensrätten påverkar även marknadsintegrationen genom regler rörande offentlig upphandling och statligt stöd. *Artikel 87* i Romfördraget förbjuder statligt stöd som snedvrider

konkurrensen mellan medlemsstaterna genom att gynna ett visst företag eller en viss produktion. Det kan röra sig om direkta tillskott av pengar till ett företag, men också om exempelvis statliga lån till förmånliga villkor eller försäljning av statliga tillgångar till priser som ligger mycket lägre än skäligen marknadspriser. Allt stöd till företag är inte förbjudet och det finns ett antal villkor under vilket stöd kan ges, till exempel inom ramen för regionalstöd eller arbetsmarknadspolitiska åtgärder. Även vid upphandling från stat, kommuner och landsting finns det krav på att låta företag från alla medlemsländer vara med och lägga anbud om det rör sig om ett tillräckligt stort projekt. Logiken bakom dessa regler kan relateras till det som i läroböckerna kallas strategisk handelspolitik (se till exempel Krugman och Obstfeld, 2003, kap 11). I sin renaste form bygger de teorierna på relativt sofistikerat strategiskt tänkande, mer generellt har det funnits en vilja att undvika att regeringar stöttar vissa företag och på så sätt snedvrider konkurrensen. Om vi går tillbaka till figur 2 så kan statligt stöd påverka vilka företag som överlever en omstrukturering som följer på marknadsintegrationen. Precis som med förvärvskontrollen har det statliga stödet varit föremål för en omfattande debatt i flera länder. Inte sällan rör det sig om företag som är illa ute som får stöd av regeringen och att EU "tvingar fram" en nedläggning kan lätt vara politiskt känsligt. Under 2003 var till exempel kommissionen på kollisionskurs med Frankrike gällande stöd till det franska företaget Alstom, som bland annat tillverkar tåg.

Den Europeiska flygindustrin är ett exempel på en sektor som är under kraftigt omvandlingstryck på grund av den europeiska integrationen. Traditionellt har vi i Europa haft ett mönster där varje land (eller några länder ihop som i fallet SAS) har ett eget flygbolag som varit helt eller delvis statsägt. Dessutom har det funnits ett antal mindre regionala flygbolag. Branschen var länge mycket kraftigt reglerad med många hinder för nya aktörer som velat konkurrera. De europeiska bolagen är många och de flesta är relativt små. Man kan göra jämförelsen med USA - till exempel hade Europa 1998 90 flygbolag som flög "stora" flygplan medan USA hade 37.¹⁶ Detta trots att den europeiska flygmarknaden är bara ungefär en tredjedel så stor som den amerikanska (om vi använder ett mått som tar hänsyn till både antalet passagerare och hur långt de flyger). De europeiska bolagen var i snitt betydligt mindre (i genomsnitt 27 flygplan jämfört med 111 i USA) och med en lägre lönsamhet. Under 1990-talet avreglerades flyget inom Europa allt mer och vi ser att industrin långsamt och smärtsamt anpassar sig till den nya situationen. Stora delar av branschen befann sig i kris under hela 1990-talet, denna kris förstärktes ytterligare av minskat resande efter terrordåden

¹⁶ Kommissionen (1998)

elfte september 2001. Den långvariga krisen beror dock inte på bristande efterfrågan i sig, antalet passagerare ökade till exempel under hela 90-talet. Förenklat skulle man i stället kunna säga att den europeiska flygbranschen befinner sig i ett mellanläge mellan den segmenterade och integrerade jämvikten som vi beskrev i Figur 1. Konkurrensen har hårdnat och vi förväntar oss en jämvikt med färre men större företag och lägre priser. Att anpassning tar tid illustreras av att det finns en betydande överkapacitet och många av bolagen dras med stora förluster. Att låta de nationella flygbolagen gå i konkurs har varit känsligt och det förekom ett antal fall av statligt stöd som godkänts efter prövning mot artikel 87 - sedan 1991 har till exempel statligt stöd gets till Sabena, Iberia, Air Lingus, TAP, Air France, Olympic Airways och Alitalia. 1999 förklarade kommissionen att det fick vara stopp för stöd till flyget och de nationella företagen anpassar sig gradvis genom att gå ihop i olika allianser, slås ihop (till exempel Air France och KLM) eller gå i konkurs (belgiska Sabena).

Slutord

I detta kapitel har vi bekräftat den allmänna uppfattningen av att gränser betyder allt mindre, framförallt inom EU. Vi har dock också betonat att även om gränser betyder mindre så därmed inte sagt att de är betydelselösa. Tvärtom, vi har visat på att exempelvis EU, ännu mer än tio år efter den "gemensamma marknadens" genomdrivande i många avseenden består av ett antal nationellt segmenterade marknader. Vår genomgång av empirin pekar på att vi typiskt sett förväntar oss hårdare konkurrens och effektivare produktion som resultat av denna marknadsintegration och att detta är bra för de integrerande ländernas medborgare.

Referenser

Anderson, James och Eric Van Wincoop, "Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle", *American Economic Review*, Vol. 92, 2003.

Asplund, Marcus och Richard Friberg, "Food prices and market structure in Sweden", *Scandinavian Journal of Economics*, Vol. 104, 2002.

Baier, Scott och Jeffrey Bergstrand, "The Growth of World Trade: Tariffs, Transport Costs and Income Similarity", *Journal of International Economics*, vol. 53, 2001.

Baldwin, Richard och Charles Wyplosz, "The Economics of European Integration", 2003.

Berry, Steven och Joel Waldfogel, "Product Quality and Market Size", stencil, Yale University, 2003.

Bordo, Michael, Barry Eichengreen och Douglas Irwin, "Is Globalization Today Really Different than Globalization a Hundred Years Ago?", *NBER Working Paper 7195*, 1999.

Bresnahan, Timothy och Peter Reiss, "Entry and Competition in Concentrated Markets", *Journal of Political Economy*, Vol. 99, 1991.

Corts, Kenneth, "Third-degree Price Discrimination in Oligopoly: All-out Competition and Strategic Commitment", *RAND Journal of Economics* Vol. 29, 1998.

Crucini, Mario, Chris Telmer och Marios Zachariadis, "Understanding European Real Exchange Rates", stencil Vanderbilt University.

Engel, Charles och John Rogers, "How Wide is the Border?", *American Economic Review*, Vol. 86, 1996.

Francois, Patrick och Tanguy van Ypersele, "On the Protection of Cultural Goods", *Journal of International Economics*, Vol. 56, 2002.

Friberg, Richard och Mattias Ganslandt, "Bottled Water - A Case of Pointless Trade?", *CEPR Working Paper*, 2003.

Goldberg, Penelopi och Frank Verboven, "Market Integration and Convergence to the Law of One Price - Evidence from the European Car Market", stencil, Yale University.

Hansson, Pär, "The Discipline of Imports: The Case of Sweden", *Scandinavian Journal of Economics*, Vol. 94, 1992.

Haskel, Johnathan och Holger Wolf, "The Law of One Price - A Case Study", *Scandinavian Journal of Economics*, Vol. 103, 2001.

Klein, Naomi, "No Logo", Ordfront, Stockholm, 2002.

Klenow, Peter och Andrés Rodríguez.Clare, "Quantifying Variety Gains from Trade Liberalization", stencil, Federal Reserve Bank of Minneapolis, 1997.

Kommissionen, "The European Airline Industry: From Single Market to World-Wide Challenges", rapport till Europeiska parlamentet, 1998.

Kommissionen, "Price Differences for Supermarket Goods in Europe", stencil, Internal Market Directorate General, 2002.

Konkurrensverket, "De Svenska Priserna kan Pressas!", Rapportserie 2002:5.

Krugman, Paul och Maurice Obstfeld, "International Economics", Addison-Wesley, Boston, sjätte upplagan, 2003.

Levinsohn, James, "Evaluating the imports-as-markets-discipline hypothesis", *Journal of International Economics*, Vol. 35, 1993.

McCallum, John, "National Borders Matter: Canada-US Regional Trade Patterns", *American Economic Review*, Vol. 85, 1995.

O'Roarke, Kevin och Jeffrey G Williamson, "When did Globalization Begin?", NBER Working Paper No. 7632, 2000.

Romer, Paul, "New Goods, Old Theory, and the Welfare Costs of Trade Restrictions", *Journal of Development Economics* Vol. 43, 1994.

Schmalensee, Richard, "Inter-Industry Studies of Structure and Performance" i Richard Schmalensee och Robert Willig (red.) *Handbook of Industrial Organization*, North-Holland, Amsterdam.

Sutton, John, "Sunk Cost and Market Structure", MIT Press, Cambridge, 1991.

Tybout, James, "Plant and Firm Level Evidence on New Trade Theories", i E. Kwan Choi och James Harrigan (red.), *Handbook of International Trade*, Blackwell Publishing, Oxford, 2003.

Tabell 1. Prisspridning för några produkter 2001, alla EU-länder.

	Prisspridning <i>mellan</i> länder	Prisspridning <i>inom</i> länder
Evian mineralvatten	42,7%	3,6%
Rexona deodorant	21,4%	1,8%
Sensodyne tandkräm	21%	2%
Coca-Cola	20,8%	3,8%
Bonne Maman, marmelad	18,7%	5,6%

Källa: Kommissionen (2002)

Figur 2. Illustration av övergång från segmenterade till integrerade marknader.

Ursprunglig jämvikt, segmenterade
marknader

Ny jämvikt, integrerade marknader



