



Bankföreningens policy om:

Konkurrensen mellan bankerna i ett internationellt perspektiv

I den allmänna debatten tecknas ofta en bild av bristande konkurrens på den svenska bankmarknaden. Det är svårt att direkt mäta hur intensiv konkurrensen är på en marknad. Det finns dock ett antal indikatorer som brukar tyda på mer eller mindre god konkurrens. En jämförelse mellan den svenska bankmarknaden och bankmarknader i Europa visar att marknadsstrukturen ger goda förutsättningar för konkurrens i Sverige. Ser man på bankernas beteende, så uppträder svenska banker också på ett sätt som är typiskt för företag som befinner sig på en marknad med väl fungerande konkurrens.

Bakgrund

Företag som utsätts för konkurrens måste utvecklas. De måste ta till sig nya produktionsmetoder och hitta nya sätt att vara till nytta för sina kunder. Företag som inte följer med utvecklingen krymper eller slås ut, medan företag som snabbt tar till sig nya sätt att arbeta på växer. Konkurrens håller priserna låga och kunderna nöjda.¹ Utan konkurrens skulle dagens ekonomiska välstånd inte vara möjligt.

Svensk bankmarknad har utvecklats i mycket snabb takt de senaste decennierna. Nya aktörer och nya tjänster har tillkommit och många befintliga tjänster har digitaliserats. I ett internationellt perspektiv ligger svenska banker långt fram. Trots det hävdas det inte sällan att konkurrensen på den svenska bankmarknaden har brister. Bankerna är en viktig del av samhällsekonomin. Om konkurrensen mellan bankerna skulle vara dålig är det därför av högsta vikt att förbättra den. Om det däremot inte stämmer får bankerna ett oförtjänt dåligt rykte, vilket skadar kundrelationer och riskerar att leda till missriktade politiska åtgärder riktade mot bankerna.² Att konkurrensen fungerar på den svenska bankmarknaden är därför en viktig fråga, både för bankerna och samhället i stort.

I ekonomisk mening kan konkurrensen vara mer eller mindre intensiv på en marknad. Det är dock svårt att direkt observera hur intensiv konkurrensen är. Det finns helt enkelt ingen konkurrenstermometer, utan man får nöja sig med att se om det finns något som indirekt tyder

på dålig konkurrens. Det finns ett antal sådana indikatorer som brukar användas. En grupp av indikatorer är strukturella faktorer, det vill säga om faktorer som befrämjar konkurrens föreligger på en marknad. En andra grupp är beteendeindikatorer, det vill säga om företagen på en marknad beter sig på ett sätt som är typiskt för konkurrensutsatta företag. I det följande belyser vi konkurrenssituationen i Sverige genom att jämföra med andra länder i Europa.

Strukturella faktorer

Marknadsstrukturen kan påverka hur intensivt företag konkurrerar. Om det finns många konkurrenter och om konkurrenterna ligger nära varandra, fysiskt eller i termer av andra egenskaper, kommer det vara lättare för kunder att hitta alternativ till en leverantör. Redan hotet om att nya konkurrenter kan ge sig in på marknaden ökar pressen på befintliga företag. Begränsningar i möjligheten för nya företag att etablera sig kan därför minska konkurrensintensiteten på en marknad. Om det är svårt eller dyrt för kunder att byta från sin befintliga leverantör kan konkurrensen också bli lidande.

Marknadsstrukturen säger något om förutsättningarna för konkurrensen, men man kan inte säga hur konkurrensen på en enskild marknad ser ut bara genom att titta på strukturen. Konkurrensen på fotbollsmarknaden i Stockholm är ett exempel på det. Den domineras sedan 100 år av de tre lagen AIK, Djurgården och Hammarby.

¹ Detta gäller på "normala" marknader och givetvis finns det undantag. Vi ger oss inte in i debatten om konkurrens inom skola och vård. Dessa marknader är inte "normala", bland annat eftersom det inte är konsumenten som betalar för tjänsten.

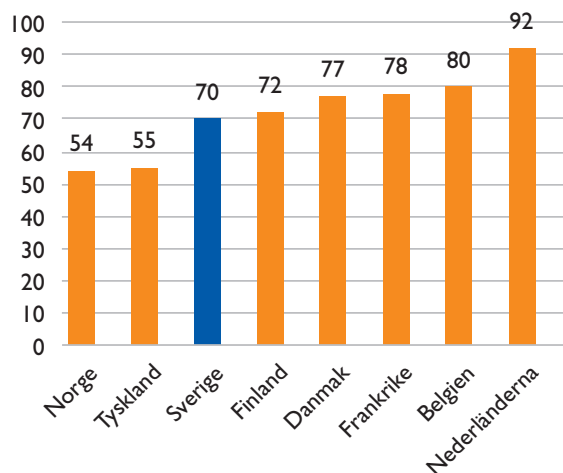
² Åtgärder riktade mot bankerna, som skatter eller kostnadsdrivande regleringar, tenderar i slutändan att hamna hos bankernas kunder, dvs. företag och hushåll. Det finns därför ett brett samhälls-ekonomiskt intresse av att undvika onödiga eller överdrivna kostnader för bankerna. Det är förstås inget unikt för bankerna, utan gäller för alla företag.



Befintliga fans är hårt knutna till sin respektive klubb och det är därför inte lätt för nya klubbar att etablera sig. Trots att marknadsstrukturen talar för att konkurrensen skulle vara högst begränsad på en sådan marknad är det ingen som tvivlar på att konkurrensen mellan fotbollslagen är hård.

Bankmarknaden i Sverige kännetecknas sedan mitten av 90-talet av att fyra stora banker har större delen av marknaden. Dessutom finns ytterligare närmare 30 affärsbanker och ett stort antal sparbanker etablerade på marknaden. Sparbankerna är lokala. En del av de mindre bankerna är nischbanker, som inriktar sin verksamhet mot ett smalare utbud av tjänster. Ett antal banker är filialer till större utländska banker och några har ett brett utbud av tjänster, men är helt enkelt mindre än de stora bankerna. Det tillkommer stadigt nya aktörer och det händer även att befintliga aktörer lämnar marknaden. Under perioden 2009–2018 har det etablerats 9 nya banker i Sverige och 15 filialer till utländska banker. Det har alltså tillkommit i genomsnitt drygt två aktörer per år. De fyra största bankernas marknadsandel har sjunkit över tid och är inte högre än den marknadsandel som de fyra största bankerna i jämförbara länder brukar komma upp i.

Figur 1. Marknadsandel 4 största banker



Det krävs mycket kapital för att etablera en ny bank. Enligt lag krävs att en bank har ett eget kapital på minst 50 miljoner kronor och för att driva en bank krävs det investeringar i IT-system och rekrytering av personal med kunskap om bankspecifik lagstiftning. I många andra branscher är dock etableringskostnaderna ännu högre. Att till exempel starta tillverkning av lastvagnar eller pappersmassa i industriell skala kräver betydligt mer resurser än att starta en bank. Utländska banker, som redan har mycket av den kompetens och det kapital som

behövs för att driva bankverksamhet i Sverige är ett exempel på en typ av aktörer som skulle kunna etablera sig mer frekvent på den svenska bankmarknaden.

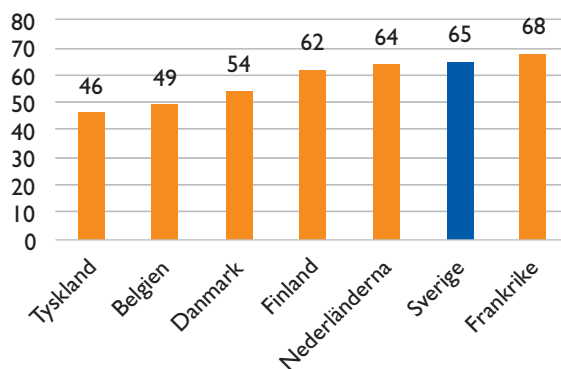
Sammanfattningsvis finns det inget i marknadsstrukturen som tyder på att konkurrensen skulle vara dålig mellan banker i Sverige, varken om man jämför med bankmarknader i andra länder eller med andra branscher.

Bankernas beteende

En vanlig uppfattning är att det tyder på dålig konkurrens om alla företag erbjuder likartad prisnivå. Det är dock inte säkert att det stämmer. En alternativ tolkning är att företag som verkar på en marknad med intensiv konkurrens inte har några möjligheter att ta ett ut högre pris än sina konkurrenter. Det går därför inte att dra några klara slutsatser om konkurrensen mellan bankerna utifrån skillnader i avgifter och räntor.

Låg kundrörlighet som beror på att det är svårt för kunder att byta leverantör kan leda till dålig konkurrens. En låg kundrörlighet kan också bero på att kunderna är nöjda med sina nuvarande leverantörer, vilket skulle tyda på intensiv konkurrens. På en marknad med hård konkurrens måste företagen erbjuda villkor som inte är sämre än konkurrenternas och då finns det inget skäl för konsumenterna att byta leverantör. Här är det intressant att notera att svenska bankkunder byter bank relativt ofta, samtidigt som de är mer nöjda med sin nuvarande bank än den genomsnittlige bankkunden i Europa. Det är tydliga tecken på god konkurrens.

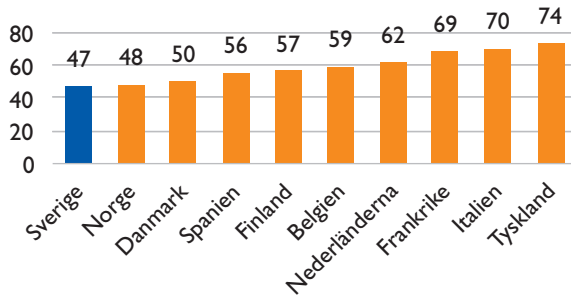
Figur 2. Fråga: Skäl att du inte bytt bank?
Svar: Nöjd med nuvarande bank



På marknader med intensiv konkurrens slås ineffektiva företag ut. Ett antal mått på effektivitet visar att svenska banker är bland de mest effektiva i Europa. Svenska banker har till exempel låga omkostnader i förhållande till intäkter.

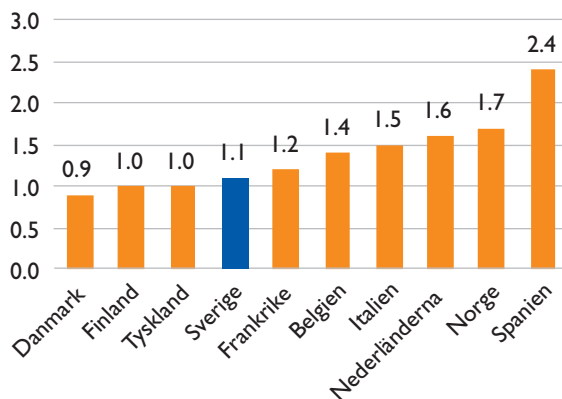


Figur 3. Kostnader/intäkter



Bristande konkurrens leder till högre priser i förhållande till produkternas kvalitet. Det är inte helt enkelt att jämföra bankmarknader mellan olika länder, eftersom legala förutsättningar och befolkningens preferenser för olika produkter skiljer sig åt. Enligt de mått som finns ligger svenska banker dock bra till. Till exempel är bankernas marginal mellan inlånings- och utlåningsräntor bland de lägsta i Europa.

Figur 4. Räntemarginal

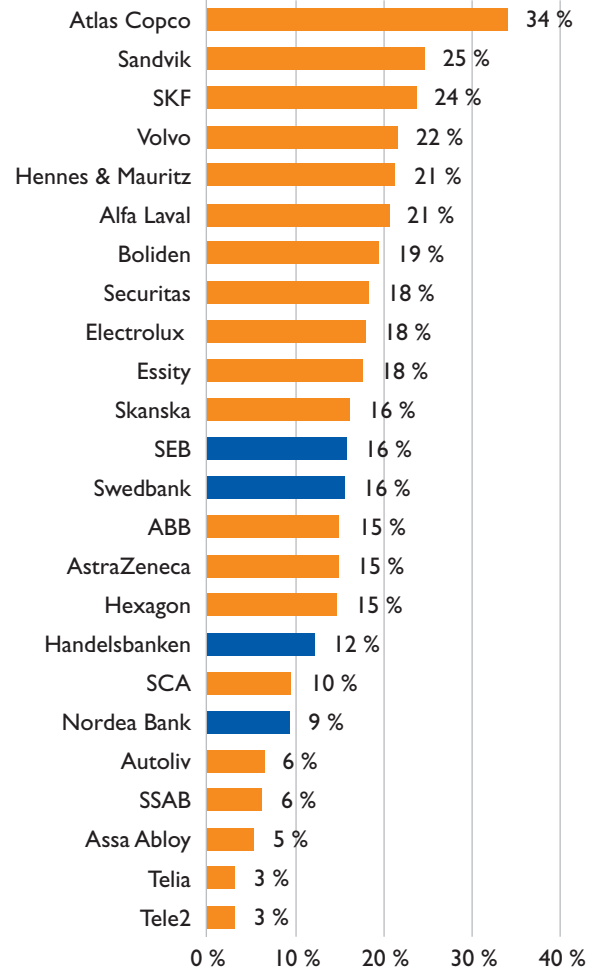


Bristande konkurrens bör visa sig i form av högre vinster (om inte ökad ineffektivitet åter upp hela effekten av högre priser mot kund). Om man jämför de största bolagen på Stockholmsbörsen så är banker inte mer lönsamma än andra företag i Sverige.

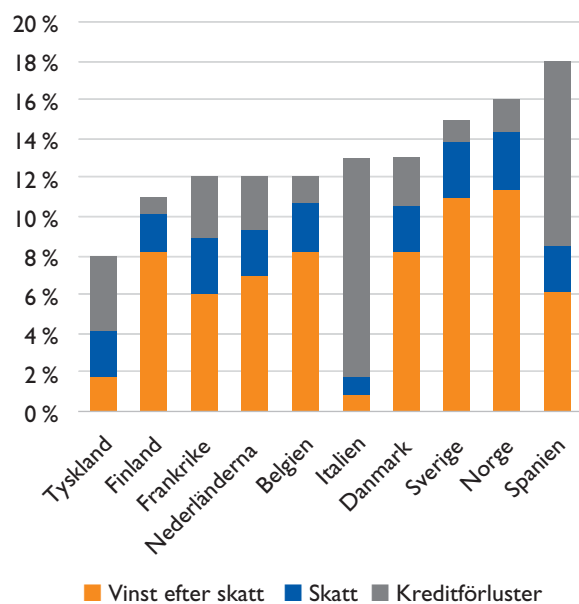
Jämfört med andra banker i EU ligger svenska banker klart över genomsnittet. I stor utsträckning beror det på en svag ekonomisk utveckling och stora kreditförluster i många EU-länder. Ser man till resultat före kreditförluster så ligger svenska bankers lönsamhet på en normal europeisk nivå.

Sammantaget talar svenska bankers beteenden och utfall i form av lönsamhet för att konkurrensen är god. Att svenska banker efter finanskrisen har varit mer lönsamma än europeiska banker förklaras snarare av strukturella problem och en i längden ohållbart låg lönsamhet för europeiska banker än med ovanligt hög lönsamhet för svenska banker.

Figur 5. Avkastning på eget kapital



Figur 6. Avkastning på eget kapital, före kreditförluster och skatt



Slutsats

Mycket talar för att konkurrensen på svensk bankmarknad är god vid en internationell jämförelse. En fråga som återstår är varför det ändå är en vanlig uppfattning att konkurrensen är dålig.

En möjlig förklaring är att bankerna gör stora vinster i kronor räknat. Bankverksamhet kräver mycket kapital och även om avkastningen på kapital i bankerna är i nivå med avkastningen på kapital i andra branscher så blir vinsten i kronor räknat hög.

En annan möjlig förklaring är svårigheten att mäta konkurrensen och jämföra med situationen i andra branscher. Vi menar dock att en jämförelse med situationen i närliggande länder är det kanske mest effektiva sättet att mäta konkurrensen. Som framgått talar en sådan jämförelse för att konkurrensen på den svenska bankmarknaden är god.

Källor

Figur 1: Copenhagen Economics,
Competition in the Swedish Banking sector 2019

Figur 2: EU-kommissionen, 2016,
Special Eurobarometer 446

Figur 3: Copenhagen Economics,
Competition in the Swedish Banking sector 2019

Figur 4: EBA, 2018, Risk Dashboard Annex,
Credit Risk Parameters Q4 2018

Figur 5: Avanza, www.avanza.se

Figur 6: Copenhagen Economics,
Competition in the Swedish Banking sector 2019

*Kontakt: Rickard Eriksson
E-post: rickard.eriksson@swedishbankers.se
Telefon: 08-453 44 34*