



SVENSKT NÄRINGS LIV



(O)sund konkurrens



Guide för
bättre lokalt
företagsklimat

Svenskt Näringsliv 2022

www.svensktnaringsliv.se

Ansvarig: Björn Lindgren

Författare: Daniel Andersson och Stefan Sagebro

Grafisk form: Greatland

Innehåll

Inledning	5
Hur påverkas det lokala näringslivet?	6
Konkurrensreglerna	8
Frivilliga åtaganden	9
Domstolsärenden	9
Vad ska man göra som kommun?	12
Steg 1: Inventera befintlig säljverksamhet	12
Steg 2: Bedöm säljverksamheten – lagligt och lämpligt	12
Steg 3: Ta fram en policy	15
Gävle vågade låta sig granskas	18
Slutord	23
Checklista för sund konkurrens	24

Om Svenskt Näringsliv

Svenskt Näringsliv är företagsamhetens röst i Sverige. Vi samverkar med 49 arbetsgivar- och branschorganisationer och är den gemensamma rösten för 60 000 företag med nästan 2 miljoner medarbetare. Vår uppgift är att tala för alla företag och branscher, även de som ännu inte finns men som kan uppstå om förutsättningarna är de rätta. Ett bättre företagsklimat för ett bättre Sverige. Det är vårt uppdrag.

Svenskt Näringsliv finns på plats i hela landet. Du hittar ditt regionkontor på:
www.svensktnaringsliv.se/regioner



Inledning

Med ett bra företagsklimat i din kommun blir det lättare att starta och utveckla framgångsrika företag. Tröskeln blir lägre för de som vill förverkliga sin företagsdröm. Fler invånare kommer i arbete och skatteintäkterna ökar. Därför behöver det lokala företagsklimatet vara en prioriterad fråga för varje kommun.

I Sverige har vi valt att decentralisera stora delar av det offentliga uppdraget, vilket medför att kommunerna hanterar många frågor som är direkt avgörande för människors möjlighet att förverkliga sina drömmar genom företagande. Det handlar om olika tillstånd, tillsyn och bygglov samt tillgången till mark och lokaler, för att nämna några.

Svenskt Näringsliv arbetar över hela landet med att förbättra det lokala företagsklimatet. Vi träffar kommuner i dialoger om det lokala företagsklimatet, skapar mötesplatser för företag och beslutsfattare, arrangerar inspirationstillfällen och sammanställer varje år en ranking där 30 000 företag lämnat omdömen om sitt lokala företagsklimat. Kommunernas resultat presenteras på www.foretagsklimat.se.

En del i det arbetet är våra guider för lokalt företagsklimat, som är till för politiker och chefer som vill skapa bättre förutsättningar för nöjda företagare, nya arbetstillfällen och ökade skatteintäkter i sin kommun.

Betydelsen av sund konkurrens från kommunen

Konkurrensfrågan kan kännas som en teknisk fråga som kan överlåtas åt jurister. Men i verkligheten påverkar den vilka möjligheter företag har att starta och växa i varje kommun. Det handlar med andra ord om arbetstillfällen och skatteintäkter och därför är det en strategisk fråga för både politiker och cheftjänstemän. Varje kommun behöver tänka igenom hur man arbetar med att skapa en sund konkurrens.

En fungerande konkurrens leder till att företag kan startas, utvecklas och erbjuda varor och tjänster till bästa kvalitet och pris. Detta leder till innovation, ekonomisk tillväxt och ökad investeringsvilja. Med de utmaningar som vi står inför idag, imorgon och de kommande åren är det uppenbart att vi behöver jobba mer tillsammans – inte skapa situationer där det offentliga Sverige hamnar i ett motsatsförhållande till näringslivet.

Genom att låta verksamheter konkurrera på lika villkor bygger vi tillsammans Sverige starkt, får mest valuta för våra gemensamma skattemedel och skapar förutsättningar för att möta dagens och morgondagens utmaningar. Det är vår förhoppning att denna guide ska bidra till en sådan utveckling.

Vi hoppas att du låter dig inspireras och funderar på vad ert nästa steg är. Förändring tar tid och kräver uthållighet, så det är lika bra att sätta igång direkt!

1.

Hur påverkas det lokala näringslivet?

Det finns ett stort signalvärde i om kommunen konkurrerar ut de lokala företagen.

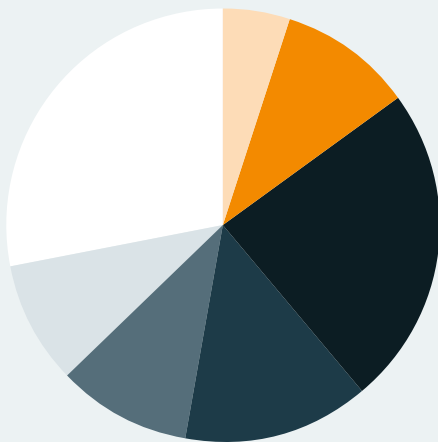
De flesta kommuner har strategier som beskriver behovet av fler och växande företag, vikten av ett företagsklimat i världsklass och att kommunen ska arbeta för att fler och växande företag ska etablera sig i kommunen. Samtidigt finns det kommuner som medvetet eller omedvetet undergräver förutsättningarna för näringslivet att kunna konkurrera på lika villkor. Det sker oftast genom att kommunen själv konkurrerar på en marknad på helt andra villkor och med andra förutsättningar än det privata näringslivet. Ett vanligt problem är att kommunen har en omfattande egen verksamhet som underhåller och försörjer den egna organisationen, men som även säljer tjänster eller varor till konsumenter och företag utanför den egna verksamheten. Synen på konkurrens och det kommunala kärnuppdraget skiljer sig kraftigt åt från kommun till kommun.

För företag blir det ett problem när man förlorar affärer. Små företag drabbas hårdast eftersom de ofta är mer beroende av den lokala marknaden. Även en liten konkurrerande kommunal verksamhet kan få stor negativ påverkan. Men det finns också ett stort signalvärde i om kommunen genom oskäligt låga priser konkurrerar ut de lokala företagen. Vilken företagare känner sig frestad att investera i en kommun under sådana förutsättningar?

Flera undersökningar visar på problemets omfattning:

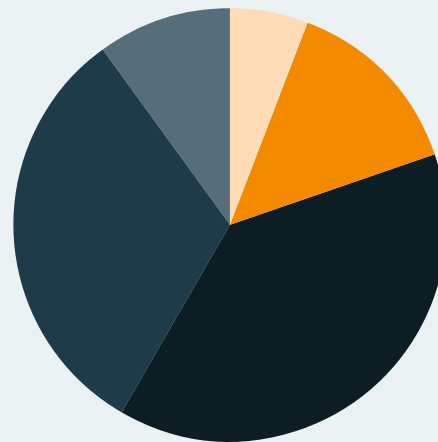
- Konkurrensverket ställde år 2017 frågor till över 6 000 företag i 31 branscher där de misstänkte att det fanns risk för konkurrensproblem mellan näringslivet och offentlig sektor. 27 procent av de som svarade ansåg att de möter konkurrens från offentliga aktörer, och cirka två tredjedelar av dessa ansåg att konkurrensen är problematisk. Det framkom även att det oftast är kommunen som är konkurrent. (Enkät: När det offentliga och det privata konkurrerar, Konkurrensverket 2017.)
- Almega har under hösten 2018 genomfört en rundfrågning bland sina medlemmar om upplevda konkurrensproblem med offentlig sektor och man har fått svar från över 300 företag. Resultaten vittnar om problem, liksom svårigheter att få till lösningar. (Den osunda konkurrensen, Almega 2018.)

I vilken utsträckning anser du att kommunens verksamheter tränger undan privat näringsverksamhet? (2022)



- I mycket hög utsträckning (5 %)
- I ganska hög utsträckning (10 %)
- I varken hög eller låg utsträckning (24 %)
- I ganska låg utsträckning (14 %)
- I mycket låg utsträckning (10 %)
- Inte alls (9 %)
- Vet ej (28 %)

Har du någon gång känt tvekan att lämna klagomål till kommunen med risken att detta kommer påverka ditt företag negativt? (2022)



- Ja, flera gånger (6 %)
- Ja, någon gång (14 %)
- Nej, aldrig (39 %)
- Aldrig haft behov av att lämna klagomål (32 %)
- Vet ej (10 %)

Svenskt Näringslivs undersökning av det lokala företagsklimatet 2022

- I Svenskt Näringslivs enkät om det lokala företagsklimatet från 2022 svarade 15 procent av 32 296 deltagande företag att kommunens verksamhet i mycket eller ganska hög utsträckning trängde undan privat näringsverksamhet.

Samtidigt tvekar många företag inför att klaga när de upplever sig felaktigt behandlade eller att kommunen agerar felaktigt. Avsaknaden av klagomål som når kommunledningen betyder inte per automatik att det saknas synpunkter – dessa kan snarare spridas muntligen från företagare till företagare, utan att någon tar risken att framföra dem öppet.

2.

Konkurrensreglerna

Blotta närvaron av en offentlig aktör kan bidra till så kallade undanträngningseffekter då inga privata aktörer vill gå in och etablera sig.

I konkurrenslagen regleras konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet (KOS) för stat, kommun och region. KOS-reglerna gäller sedan 2010. Lagstiftningen bygger på att det finns en avgörande skillnad mellan en offentlig säljverksamhet och en privat. En kommun kan inte försättas i konkurs, omfattas av andra och ofta mer gynnsamma skatteregler, har tillgång till skattefinansierad infrastruktur och ofta kan få tillgång till bättre lånevillkor. Det kommunala inslaget i sig kan alltså vara upphov till marknadsstörningar eftersom förutsättningarna skiljer sig åt så markant.

Vissa saker ska vara uppfyllda för att KOS-reglerna ska gälla:

- Den offentliga verksamheten är säljverksamhet av ekonomisk eller kommersiell natur som riktar sig utanför den egna verksamheten. Det spelar dock ingen roll om den offentliga säljverksamheten inte är inriktad på ekonomisk vinst. Säljverksamhet avser enbart försäljning och uthyrning.
- Det föreligger en konkurrensbegränsning, det vill säga att staten, kommuner eller regioner snedvrider eller hämmar de långsiktiga förutsättningarna för en effektiv konkurrens på marknaden. Det räcker att ett beteende riskerar att leda till en snedvridning eller hämmande för att det ska vara fråga om en konkurrensbegränsning. Blotta närvaron av en offentlig aktör kan bidra till så kallade undanträngningseffekter då inga privata aktörer vill gå in och etablera sig. En blandning av myndighetsutövning och affärsverksamhet anses exempelvis hämma förutsättningarna för en effektiv konkurrens. Det kan till exempel även handla om att kommunen sätter ett orimligt lågt pris eller vägrar tillträde till offentlig infrastruktur.
- En konkurrensbegränsande verksamhet kan bara förbjudas om den inte har stöd i lag. Om till exempel en kommunal verksamhet bedrivs med stöd av bestämmelserna i kommunallagen, så kan inte verksamheten förbjudas med stöd av KOS-reglerna även om den får skadliga effekter på konkurrensen.

Det är Konkurrensverket som är ansvarig myndighet, och som kan väcka talan i domstol om att förbjuda en offentlig verksamhet som man bedömer strider mot KOS-reglerna. Konkurrensverket kan även väcka talan om att en offentlig aktör måste ändra hur de bedriver en viss verksamhet, till exempel vilka priser de tar ut. Om domstolen går på Konkurrensverkets linje så utfärdas ett förbud mot verksamheten eller ett visst beteende som förenas med vite. Den offentliga aktören får alltså inga böter för tidigare förseelser, utan det är ett framåtsyftande förbud det rör sig om.

Frivilliga åtaganden

När Konkurrensverket inleder en utredning kring misstänkta konkurrensproblem kan den offentliga aktören välja att ändra sitt beteende och därmed avslutas ärendet. Detta är naturligtvis en framgång för alla berörda eftersom kostnaderna hålls nere, samtidigt som en lösning snabbt kan komma på plats, vilket är oerhört viktigt för de drabbade företagen. Under de första åren genomförde många offentliga aktörer sådana frivilliga åtaganden när de uppmärksammades på att deras verksamheter inte var förenliga med det nya regelverket.

Domstolsärenden

KOS-reglerna har visat sig kräva mycket resurser och vara svåra att tillämpa och behöver ses över. Därför har bara ett fåtal ärenden tagits vidare till domstol av Konkurrensverket. Sedan 2010 har endast sju mål avgjorts i domstol. Konkurrensverket har vunnit i tre av dessa sju fall. Det är dock i sig inget självändamål att driva alla fall till domstol. Frivilliga åtaganden är i de allra flesta fall en resurseffektivare lösning som dessutom skickar positiva signaler från kommunen till det lokala näringslivet.

Frivilliga åtaganden är i de allra flesta fall en resurseffektivare lösning som dessutom skickar positiva signaler från kommunen till det lokala näringslivet.

Säljverksamhet

Kommunal säljverksamhet kan till exempel handla om:

- markentreprenader
- uthyrning av lokaler och anläggningar
- restaurangverksamhet
- konsulttjänster
- varor producerade i kommunens verksamheter

Exempel**Hässleholms kommun**

Hässleholms kommun genomför en utbyggnad av stadsnätet för fiberbredband.

För att förbättra förutsättningarna för sin egen utbyggnad har kommunen sedan 2015 nekat markupplåtelse till privata företag som vill investera i fiber.

Kommunen anmäldes av Konkurrensverket och dömdes i december 2020 av Patent- och marknadsdomstolen. I domen framgår att det inte bara har varit ekonomiskt ofördelaktigt för de privata företag som inte fått träffa markavtal med kommunen, utan att dessa företag i praktiken har utestängts helt från den aktuella marknaden och att konkurrensen både har snedvridits och hämmats som en följd av kommunens agerande.

Exempel**Räddningstjänsten Dala Mitt**

Räddningstjänsten Dala Mitt är ett kommunförbund som bedriver dels räddningstjänst och dels säljverksamhet i form av utbildningar inom brandskydd samt utyrning av sitt övningsområde.

När Myndigheten för samhällsskydd och beredskap upphandlade utbildningen Räddningsinsats vägrade kommunförbundet att hyra ut övningsområdet, en offentlig infrastruktur, till konkurrerande företag och vann därmed upphandlingen i samverkan med ett annat företag.

Räddningstjänsten Dala Mitt anmäldes av Konkurrensverket och dömdes 2014 av Marknadsdomstolen.



Exempel

Skellefteå Buss

Skellefteå Buss (fram till 2016 Skelleftebuss) sköter den kommunala stadstrafiken i Skellefteå samt linjetrafik i länet på uppdrag av länstrafiken. Under flera år sålde bolaget dessutom beställningstrafik ute på marknaden i konkurrens med privata bussföretag.

”Att sätta konkurrensen ur spel och slå undan benen för privata företag är inte en uppgift för en kommun”, sa Konkurrensverkets generaldirektör om verksamheten.

Konkurrensverket väckte talan i tingsrätten, som 2013 dömde Skellefteå Buss för att ha brutit mot konkurrenslagen och hindrat andra bolag från att verka och växa på marknaden. Skellefteå Buss har därefter avslutat beställningstrafiken till externa kunder.

3.

Vad ska man göra som kommun?

Konkurrensproblematiken kan lätt undvikas.

Det är inte bara en fråga om vad som är lagligt utan också vad som kan anses vara lämpligt.

Det mest effektiva och resurssparande är att helt undvika en konflikt. En rättsprocess innebär att en företagare får mindre tid att driva och utveckla sitt företag och det tar lång tid att få till en lösning. För kommunen innebär ett klagomålsärende att kommunen måste lägga stora resurser på att förbereda och processa ärendet. Vid sidan av den interna kostnaden för kommunen har ombudskostnaderna visat sig uppgå till mångmiljonbelopp. Dessutom är det skattemedel som bekostar Konkurrensverkets handläggning och domstolens dömande verksamhet.

Dessa kostnader, och konkurrensproblematiken i sig, kan lätt undvikas. Svenskt Näringsliv har därför tagit fram ett förslag på en lösning för att undvika problem och konflikter. Lösningen bygger på tre relativt enkla steg.

Steg 1: Inventera befintlig säljverksamhet

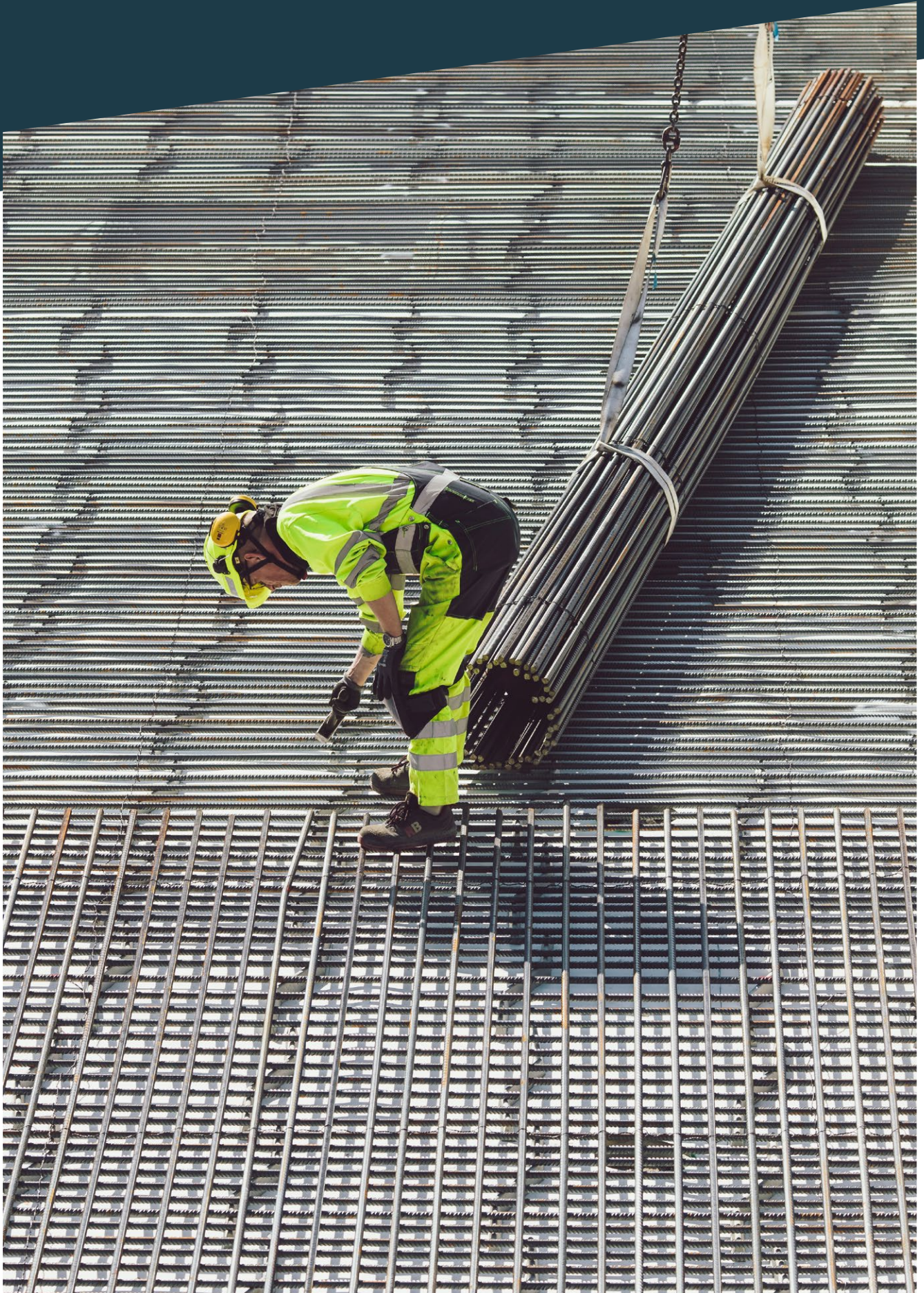
Få kommuner har i dagsläget en heltäckande bild av sin säljverksamhet. Kommunens uppdrag är omfattande och komplext och spänner över flera typer av verksamheter. Säljverksamhet kan bedrivas både inom ramen för förvaltningen och i bolagsform.

Kommunen behöver inventera hela sin breda verksamhet för att identifiera vilka säljverksamheter man bedriver, inom både den kommunala förvaltningen och de kommunala bolagen. Det kan vara lämpligt att anlita en extern aktör som gör denna genomlysning för att säkerställa objektivitet och trovärdighet. I genomgången är det viktigt att göra en allsidig och kvalitativ bedömning av de olika säljverksamheter som konstateras. Det är nämligen inte bara en fråga om vad som är lagligt utan också vad som kan anses vara lämpligt.

Steg 2: Bedöm säljverksamheten – lagligt och lämpligt

När en säljverksamhet har konstaterats inom ramen för en inventering, eller när kommunen överväger att starta upp eller expandera en befintlig säljverksamhet, behöver kommunen göra vissa bedömningar. Först och främst behöver kommunen ta ställning till om säljverksamheten är laglig eller inte. I vissa fall finns tydliga ramar för detta eller rättspraxis att stödja sig på, och kommunen kan ta stöd från externa parter i bedömningen.

Lagstiftningen som styr kommuners befogenheter är dock generellt formulerad, och rättspraxis täcker inte alla situationer och är ibland ålderstigen. Det finns påtagliga gråzoner kring vad kommuner får och inte får göra.



Det är därför viktigt för kommunen att inte enbart fokusera på laglighetsfrågan, utan också ställa sig frågan om vad som är ett *lämpligt* agerande i det aktuella fallet.

- Är det lämpligt att bedriva en verksamhet i en rättslig gråzon där lagligheten kan ifrågasättas?
- Är det lämpligt att bedriva en verksamhet som, även om den kan tyckas ha stöd i lagen, samtidigt kan konstateras orsaka påtagliga konkurrenssnedvridningar och tränga undan små privata företag på orten?
- Vad är ett lämpligt agerande i dessa frågor också med tanke på förtroendet mellan näringslivet och kommunen, viljan att starta nya företag i kommunen och företagsklimatet i stort?

Kommunens konkurrenspåverkan

Nivå 5

Företags hela existens står på spel

Säljverksamheten är så svårartad att företag inte kan fortsätta längre utan måste läggas ner om den offentliga säljverksamheten fortsätter.

Nivå 4

Företag blir rejält påverkat

Säljverksamheten får allvarliga konsekvenser för företag och dess möjligheter att upprätthålla och utveckla en sund affärsverksamhet, men utan att hela företaget i det korta perspektivet måste läggas ner. I både ett kort och långt perspektiv påverkas dock sannolikt företagets intjäningsförmåga, investeringsbeslut och möjligheter till affärsutveckling.

Nivå 3

Företag tvingas anpassa sig

Säljverksamheten får medvetet eller omedvetet till konsekvens att företag måste anpassa sitt marknadsbeteende. Det handlar om att företaget får anpassa sitt marknadserbjudande till den offentliga aktören, vilket ofta är skadligt för företagsklimatet.

Nivå 2

Företag påverkas men i mindre utsträckning

Säljverksamheten är en i viss mån försvårande omständighet för företagen, men går att hantera.

Nivå 1

Företag påverkas inte

Säljverksamheten är kanske inte inom den kommunala kompetensen, men den har ingen påverkan på vare sig befintliga eller potentiella företag. Signalpåverkan på företagsklimatet ur ett mer generellt perspektiv är dock något som man måste överväga.

I bedömningen av vad som är ett lämpligt agerande spelar det även roll vilken påverkan som säljverksamheten har på konkurrensen. En omfattande verksamhet som påverkar företag på orten påtagligt negativt är givetvis mer problematisk än en verksamhet som är tillfällig eller av försumbar omfattning. För att kunna bedöma detta bör kommunen inte bara utgå från objektiva fakta som försäljningens ekonomiska omsättning, utan också föra dialog med näringslivet för att förstå hur detta påverkar konkurrensen.

I figuren på föregående sida åskådliggörs i fem olika nivåer hur kommunens säljverksamheter kan leda till en varierande grad av påverkan på konkurrensen och det lokala företagsklimatet. Figuren publicerades ursprungligen i en rapport författad av Konkurrensverkets tidigare chefsjurist Per Karlsson på Svenskt Näringslivs uppdrag.

Steg 3: Ta fram en policy

Många kommuner har idag en policy för till exempel näringslivsutveckling, klimatarbete eller sociala frågor. Men väldigt få har än så länge en policy för sin säljverksamhet, eller ett särskilt avsnitt i ett annat övergripande policydokument om hur säljverksamheten ska hanteras. Att nedteckna detta är en bra grund för att systematiskt arbeta med att minska konkurrensproblem och därmed utveckla sitt näringslivsklimat.

Fördelen med en policy är att den är lätt att hänvisa till och att kommunicera såväl internt som externt. Då policyn inte är ett rättsligt dokument kan den dessutom enkelt ändras och låter kommunen ta hänsyn till omständigheterna i det enskilda ärendet.

Fördelen med en policy är att den är lätt att hänvisa till.

Exempel: Policy för kommunens säljverksamhet

Principer

- Kommunal säljverksamhet påverkar utvecklandet och upprätthållandet av ett bra lokalt företagsklimat.
- Kommunens ansvar är att tillhandahålla allmännyttiga tjänster på obligatoriska och frivilliga områden.
- Ett effektivt resursutnyttjande är en utgångspunkt för all verksamhet.

Åtaganden

Kommunen ska:

- tydliggöra hur företag och allmänhet kan framföra klagomål gentemot kommunens säljverksamheter.
- säkerställa ett tydligt sätt att lämna information på kommunens webbplats, även anonymt.

- beskriva hur kommunen prissätter sina verksamheter så att minsta möjliga risk för konkurrensnedvridning uppstår.
- genomföra en återkommande översyn av de säljverksamheter man bedriver.
- föra årlig dialog kring konkurrensfrågor med det lokala näringslivet.
- särskilt kontrollera konkurrensrätten och lämpligheten samt föra dialog med det lokala näringslivet vid start av ny verksamhet eller vid utökning av befintlig.

Ansvar och uppföljning

- Förvaltnings- och bolagscheferna ansvarar för att denna policy följs och utvecklas.

Tips: Bättre effekt av policyn

- Det är lätt att dialog kommer sent i processen och blir ren information efter att besluten i praktiken redan är fattade. Dialogen har bara betydelse om det fortfarande finns tid att lyssna.
- Ett sätt att göra policyn ännu effektivare är att inte bara inventera säljverksamheten, utan dessutom ha en rutin där kommunstyrelsen eller kommunfullmäktige måste godkänna ny säljverksamhet innan den får starta.
- Inkludera de kommunala bolagen. Mycket av säljverksamheten i kommunala bolag ryms inom lagstiftningen, men det är vanligt att bolagen har vissa delar som konkurrerar på ett osunt sätt.

När det lätt blir fel

Arbetsmarknadsinsatser

När kommuner vill erbjuda arbetsträning eller annan sysselsättning startas ibland verksamheter där deltagarna får producera varor eller tjänster som säljs utanför den egna organisationen. Det kan handla om tvätteri, odling, biltvätt, butiker och mycket annat. Det kan i värsta fall leda till att företagsklimatet skadas och arbetsgivare blir tveksamma till att investera i nya arbetstillfällen.

Kommuner som Solna och Trelleborg har istället inlett ett nära samarbete med det lokala näringslivet för att få långtidsarbetslösa i sysselsättning på riktiga arbetsplatser.

Marknadsföring inom myndighetsutövningen

Vissa kommuner blandar sin myndighetsroll med säljverksamhet. Det kan till exempel handla om att räddningstjänsten marknadsför sina egna brandskyddsutbildningar eller sin egen utrustning i samband med brandtillsyn. Därmed används myndighetsutövningen som ett sätt att få en fördel gentemot andra utbildnings- och utrustningsföretag på orten.

Sidoförsäljning

En verksamhet kan frestas att sälja tjänster som främst finns för kommunens interna behov. Det kan handla om entreprenadtjänster eller parkskötsel som även säljs till privata kunder, eller om det kommunala bostadsbolaget vars egna måleriservice i mån av tid tar sidouppdrag. I och med att verksamheten styrs av andra principer kan de ofta ta ut ett pris under marknadspris och tränger därmed bort det privata näringslivet.

Lokaluthyrning

Kommuner har ofta ett stort fastighetsbestånd för sina egna behov. I vissa fall går kommuner dock längre. Ytor som inte används hyrs ut till en hyra som ligger under marknadspriserna. Det förekommer också att kommuner avsiktligt planerar och bygger lokaler för uthyrning till privata aktörer på attraktiva kommunala tomter. I båda fallen kan det försvåra för privata fastighetsägare att få kundunderlag för fastighetsinvesteringar och i förlängningen göra det mindre attraktivt att investera i kommunen.



Sollefteå inrättade en anmälningsrutin

Sollefteå kommun har inrättat en rutin för att hantera synpunkter på osund konkurrens. Rutinen följer dessa steg:

- Ett företag anmäler till näringslivsenheten att de upplever sig utsatta för osund konkurrens.
- Någon på näringslivsenheten kontaktar anmälaren för att lyssna på företagets erfarenheter och tankar kring konkurrenssituationen.
- Kommunen har en intern dialog om ärendet och försöker lösa det.
- Om intern dialog inte löser problemet lyfts frågan till kommunens näringslivsråd för input kring en möjlig lösning.
- Därefter lyfts frågan till kommunstyrelsen för ett politiskt ställningstagande.
- Under hela processen förs dialog med företaget som upplever sig utsatt.

Rutinen garanterar inte att varje synpunkt kommer att rättas till, men den garanterar att företagets synpunkter tas på allvar, att dialog kommer till stånd och att verksamheten inte kan fortsätta utan ett aktivt och medvetet ställningstagande.

Gävle vågade låta sig granskas

Vi ska inte vara inne på ställen där vi inte har kommunal kompetens om det inte finns en bra förklaring till det. Det kanske finns en affär i det för en privat aktör och det kan också vara lönsamt för kommunen att sälja av verksamheten, säger Helene Åkerlind, kommunalråd i Gävle med ansvar för näringslivsfrågor.



Foto: Daniel Bernstål

Trots att många företagare runt om i landet påpekar att de utsätts för konkurrens från sin egen kommun har få kommuner gjort granskningar, likt den som Gävle nu har gjort.

Ett externt företag har fått i uppdrag att granska kommunens momspliktiga verksamheter för att ta ställning till vilka av dem som konkurrerar med det lokala näringslivet och om det i så fall finns något starkt skäl till att ha dem kvar, eller hur de ska hanteras.

– Det visade sig att vi hade färre momspliktiga verksamheter än vad vi trodde. Men i de fall som det har funnits har vi utrett om det är rimligt, och åtgärdat det som inte varit lämpligt, säger Helene Åkerlind.

Det kan handla om att avsluta avtal eller om att göra annorlunda vid nästa upphandling, förklarar hon.

– I några fall görs ingenting om det bedöms ha liten konkurrenspåverkan eller om vi ser fördelar med att behålla det som det är. Ibland kan det ge ytterligare positiva effekter att det är kommunen som driver en verksamhet.

Större medvetenhet om kommunens avtal

En utredning ger kommunen svart på vitt om den har verksamheter som borde göras av andra, påpekar hon. För Gävles del har det lett till en större medvetenhet om kommunens avtal.



Foto: Albin Bogren



Det är viktigt att vi som kommun gör det vi är satta att göra. Vi försöker upphandla så långt det går och funderar lite extra varje gång en ny verksamhet ska starta – är det här osund konkurrens?

Helene Åkerlind,
kommunalråd i Gävle

– Allt oftare diskuteras frågan om vi ska upphandla eller inte och hur avtalen ser ut. Det är viktigt att vi som kommun gör det vi är satta att göra. Vi försöker upphandla så långt det går och funderar lite extra varje gång en ny verksamhet ska starta – är det här osund konkurrens?

De flesta av kommunens nämnder, kommunalförbund och bolag fick godkänt i utredningen. Några av dem fick någon typ av anmärkning men det var också ett avtal som fick underkänt.

– Utredningen slog ner på kommunstyrelsen som de ansåg hade ett olämpligt avtal med ett bolag som hyr ut kontorslokaler, där bland annat kommunens näringslivsenhet sitter. Avtalet som går ut 2022 kommer därför

inte att förlängas, säger Helene Åkerlind.

Granskningen gjordes av konsultbolaget Startpoint vars slutsats är att det finns en stor medvetenhet i kommunen kring behovet av att ta hänsyn till det lokala näringslivet, förklarar Johan Grip, vd och konsult på Startpoint Advisory.

– Inställningen är att kommunen inte i onödan ska konkurrera med företagen. Både politiken, förvaltningen och de kommunala bolagen jobbar aktivt med frågan.

– Det var ett väldigt positivt initiativ och det finns säkert en hel del kommuner som borde ta efter Gävles exempel, säger han.

”Ytterligare åtgärder är att vem som helst nu kan gå in anonymt på kommunens hemsida och anmäla osund konkurrens.”

Utredningen visade att majoriteten av de undersökta verksamheterna var både lagliga och lämpliga. Ett fåtal verksamheter befann sig i gränslandet ur ett lämplighetsperspektiv, men de hade kommunen i huvudsak redan ögonen på, konstaterar Johan Grip.

– Ett område var vissa av de slutkundstjänster som energibolaget tillhandahöll men jag tycker att vi fick goda svar på våra frågor. Delvis handlade det om missförstånd. I övrigt fanns det inte mycket att klanka ner på.

Helene Åkerlind tycker att diskussionerna som uppstår i och med en sådan här utredning är mycket värda. Det har bland annat lett till ett beslut om att det före varje beslut i kommunstyrelse, nämnder och bolag ska göras en analys av vilka konsekvenser det får för näringslivet.

– Det blir naturligt att alltid prata med näringslivet först innan man gör något. Jag är glad att vi har gjort

den här utredningen. Förutom att den har gjort oss uppmärksamma på tveksamma områden så har den också visat att vi faktiskt har förhållandevis mycket utlagt på privata aktörer.

Ytterligare åtgärder är att vem som helst nu kan gå in anonymt på kommunens hemsida och anmäla osund konkurrens, och varje år ska ett seminarium hållas för att diskutera konkurrensfrågorna med näringslivet.

– Det här arbetet är inget som man gör en gång och sedan är det klart – det måste hållas levande.



Foto: Startpoint Advisory

”

Utredningen visade att majoriteten av de undersökta verksamheterna var både lagliga och lämpliga. Ett fåtal verksamheter befann sig i gränslandet ur ett lämplighetsperspektiv men de hade kommunen i huvudsak redan ögonen på.

Johan Grip,
VD och konsult på Startpoint Advisory



Foto: Daniel Bernstål



Slutord

Det är Svenskt Näringslivs förhoppning att denna guide ska kunna användas som underlag i dialogen med det lokala näringslivet liksom i det interna arbetet med att utveckla ett sunt och effektivt näringslivsklimat. Det vi tar upp i guiden är också tänkt att väcka eftertanke och inspirera det interna arbete som i övrigt pågår i kommunens verksamhet.

Vi gör inte anspråk på att detta är de enda lösningar som finns utan de ska ses som förslag. Oavsett vilken metod eller vilket arbetssätt ni använder er av kommer alltid inkludering av och dialog med näringslivet stå högst upp om ni vill lyckas skapa ett näringslivsklimat i världsklass.

Checklista för sund konkurrens



- Kommunen har en policy för kommunens säljverksamhet.
- All kommunal säljverksamhet är inventerad.
- Säljverksamhet som inte är laglig eller lämplig har åtgärdats eller är på väg att åtgärdas.
- Det förs en årlig dialog med näringslivet om konkurrenssituationen.
- Kommunen har en tidig dialog med näringslivet inför ny eller utökad säljverksamhet.
- Det finns en rutin för hur klagomål eller anmälningar från företag ska tas tillvara.