



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

## VELFUNDERENDE MARKEDER

07 | 2017

# NY INDSIGT OM ADFÆRDSBASEREDE MARKEDSFEJL

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har identificeret en række transaktionsformer, som kan give væsentlige fordele for forbrugerne, men som samtidig rummer risiko for, at forbrugerne kan blive passive og have svært ved at navigere på markederne.

**Analysen tager udgangspunkt i erfaringer fra adfærdsvidenskaberne, som peger på, at forbrugere kan begå fejl og ikke altid træffer beslutninger, som matcher de behov og ønsker, forbrugerne selv vurderer, at de har.**

Velfunderede markeder med effektiv konkurrence forudsætter bl.a., at forbrugerne er aktive og søger hen mod de leverandører, der har den laveste pris eller den bedste kvalitet til prisen.

Idealet er den rationelle og velinformerede forbruger, som har konstante og veldefinerede præferencer, tænker systematisk og langsigtet og ikke lader sit valg påvirke af irrelevante elementer i beslutningsprocessen.

Men virkeligheden er mere sammensat. Forskningen peger på, at forbrugerens beslutninger også er påvirket af en række kognitive processer, der kan overtrumpe den rationelle adfærd. Dette kan føre til adfærdsbaserede markedsfejl og passiv forbrugeradfærd bl.a. afhængig af transaktionsformen.

Læs den fulde artikel på næste side →

### Adfærdsbaserede markedsfejl

Forbrugere, som er inaktive og ikke afsøger markedet, vil normalt være mindre tilbøjelige til at finde de produkter, der for forbrugeren er bedst til prisen.

Samtidig vil inaktive og immobile forbrugere styrke muligheden for at sætte høje priser, som skader den samlede velstand. Aktive forbrugere er således en betingelse for, at markederne er velfungerende.

Med udgangspunkt i erfaringer fra adfærdsvidenskaben har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen søgt at belyse de mekanismer, der gør forbrugerne passive.

Analysen har særligt fokus på at beskrive specifikke transaktionsformer, som rummer nogle fordele for forbrugerne, men som samtidig i nogle tilfælde kan virke pacificerende. Det kan give anledning til såkaldte adfærdsbetingede markedsfejl, som svækker dynamikken på markedet.

Transaktionsformerne er følgende:

- Automatiserede transaktioner
- Vejledningsbaserede transaktioner
- Bundlede transaktioner
- Lock-in transaktioner
- Tidsforskudte transaktioner
- Tredjepartsfinansierede transaktioner

Analysen forsøger konkret at identificere de særlige mekanismer, som medfører, at nogle af disse transaktionsformer potentielt kan fastlåse forbrugerne i en passiv adfærd. For hver transaktionsform kommer analysen med bud på mulige løsningsmodeller – dvs. hvordan de pacificerende egenskaber kan dæmpes.

Analysen kan ses som et nyt diagnose-værktøj, der kan supplere mere traditionelle metoder og give inspiration til, hvordan eksempelvis forbrugerpolitikken kan indrettes med henblik på at styrke konkurrencen og øge markedernes effektivitet.

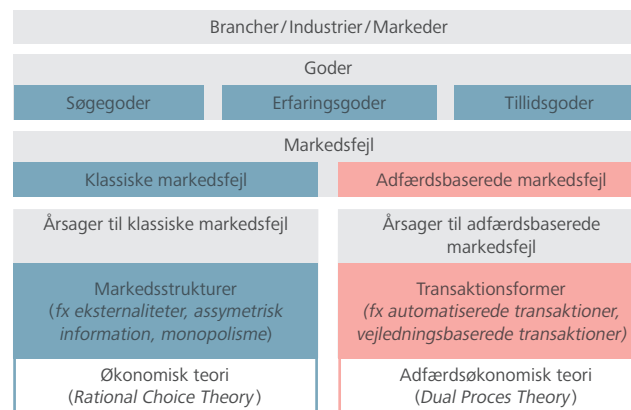
Den overordnede teoretiske ramme for diskussionen er skitseret i figur 1.

### Automatiserede transaktioner

Den automatiserede transaktion er kendetegnet ved, at betaling og leverance sker automatisk, uden at forbrugeren aktivt foretager sig noget. Det kan fx være abonnementsydelser, hvor betaling sker via fx Betalingsservice, fast banktræk fra forbrugers konto eller direkte træk på telefonregningen.

En automatiseret transaktion rummer fordele for begge parter i en transaktion. Fx undgår forbrugerne yderligere handlinger og bekymringer om evt. rykkergebyr for manglende betaling, mens udbydere kan sikre sig en stabil indbetaling, lavere administrationsomkostninger, bedre

**Figur 1**  
Markedstypologi



Kilde: INudgeyou og Copenhagen Economics

planlægning af produktion og leverance, flere informationer om deres kunder m.v.

Det har imidlertid vist sig, at automatiserede transaktioner også kan medføre, at forbrugere pacificeres, hvilket kan medføre overforbrug, og at markedet ikke afsøges effektivt.

Forbrugernes passivitet kan således bevirke, at de ikke får sammenlignet, afmeldt, ændret eller tilpasset aftalerne, selv om det ville være rationelt bedømt ud fra de behov, som de umiddelbart selv vurderer, at de har.

Eksempler kan være abonnement på fitnesscentre, el-udbydere og avisabonnementer.

### Vejledningsbaserede transaktioner

Den vejledningsbaserede transaktion er kendetegnet ved, at forbrugeren er afhængig af vejledning fx fra en rådgiver, som selv sælger produkterne.

De vejledningsbaserede transaktioner knytter sig især til ydelser, som er komplekse, og som forbrugerne kan have svært ved at gennemskue.

Rådgivningen kan skabe værdi for forbrugeren, bl.a. fordi forbrugeren kan spare tid og penge på ikke selv at sætte sig ind i markedet.

Omvendt kan rådgiveren få stor indflydelse på forbrugers beslutninger, og der kan bl.a. være en risiko for, at rådgiveren lægger størst vægt på de ydelser, som rådgiveren selv sælger eller har den største indtjening på.

Vejledningsbaserede ydelser er også karakteriseret ved, at forbrugeren kan opleve et overudbud af valgmuligheder og specifikationer. Analysen viser, at et sådant overudbud i sig

selv kan virke pacificerende, idet den komplekse informationsmængde vil afholde forbrugeren fra en afsøgning af markedet. Forbrugeren får dermed ikke nødvendigvis valgt den ydelse, der passer bedst til hans eller hendes ønsker og behov. Eksempler på vejledningsbaserede transaktioner kan være køb af elektronik, bankydelser og realkreditlån, håndværkerydelser, advokater og tandlægeydelser.

### **Bundlede transaktioner**

Den bundlede transaktion er kendetegnet ved, at prisen på det produkt, forbrugeren køber, afhænger af, om man køber produktet sammen med andre ydelser.

Et eksempel er en charterrejse, hvor prisen på hotelopholdet afhænger af om man køber både flyvetur og hotel m.v. i en samlet pakke.

I nogle tilfælde kan bundling være udtryk for samproduktionsfordele, som gør leverandøren i stand til at producere ydelserne til lavere pris, hvis de produceres og sælges sammen. I dette tilfælde kan bundling give samfundsøkonomiske fordele.

Bundlede køb kan også spare forbrugeren for de søgeomkostninger, som kræves, hvis ydelserne købes individuelt hos forskellige leverandører.

Til gengæld kan bundling også betyde, at forbrugerne bliver mere passive, og at det bliver sværere for forbrugeren at sammenligne priserne på de enkelte produkter på tværs af markedet. Der er også eksempler på, at bundling kan virke ekskluderende for konkurrerende virksomheder, der producerer en af de pågældende ydelser. Det kan svække konkurrencen og dynamikken på markedet.

Analysen peger endvidere på, at bundlede produkter kan føre til en slags "overoptimisme" i den forstand, at forbruget af de bundlede produkter viser sig at blive meget mindre, end man regnede med i købsøjeblikket. I disse tilfælde kan det være bedre for forbrugeren at købe de forskellige produkter individuelt i de rette mængder.

Eksempler på bundlede transaktioner – udover charterrejser – er tv-pakker, mobilabonnementer og bankydelser.

### **Lock-in transaktioner**

Lock-in transaktioner er kendetegnet ved, at forbrugeren køber et produkt, der samtidig binder forbrugeren til den samme leverandør, når der efterfølgende bliver brug for tilkøbsydelser eller tilhørende serviceydelser e.l.

Den erhvervsdrivende har en klar fordel ved lock-in transaktioner, fordi den erhvervsdrivende kan føle sig sikker på mérsalg af tilkøbsprodukter. Forbrugers fordel kan være en sikkerhed om, at evt. tilkøbsprodukter fungerer tilfredsstillende – at hovedproduktet og tilkøbsydelserne 'hænger godt sammen'.

Ved lock-in transaktioner er der imidlertid en fare ved, at forbrugeren bindes til én leverandør, og at tilkøbsydelserne derfor bliver prissat højt, fordi konkurrencen på disse ydelser helt eller delvist kan være sat ud af kraft. Det kan være en risiko, hvis det produkt, der er tale om, er dyrt ift. tilkøbsydelserne og har en lang levetid.

Eksempler kan være biler og reservedele, printer og blækpatroner, kaffemaskiner og kapsler og elektronisk hardware og software.

### **Tidsforskudte transaktioner**

Den tidsforskudte transaktion er kendetegnet ved, at betaling for og forbrug af en vare eller tjenesteydelse sker på væsentligt forskellige tidspunkter.

Muligheden for at lave tidsforskudte transaktioner er ofte forbundet med væsentlige velfærdsgevinster. Det kan fx være pension, hvor forbrugeren betaler ind i de erhvervsaktive år og modtager udbetaling i pensionisttilværelsen, hvilket sikrer gode levevilkår i alderdommen.

Analysen beskriver dog også, hvordan tidsforskudte transaktioner kan indebære en risiko for, at forbrugeren træffer et kortsigtet forbrugsvalg, der ikke maksimerer forbrugers nytte set over længere tid. Det skyldes, at forbrugeren kan blive ramt af såkaldt "nutidsbias".

Eksempler på tidsforskudte transaktioner omfatter hårde hvidevarer og det efterfølgende energiforbrug, pensionsordninger, forsikringer m.fl.

### **Tredjepartsfinansierede transaktioner**

Analysen beskriver også tredjepartsfinansierede transaktioner, som er kendetegnet ved, at forbrugers køb helt eller delvist er finansieret af en tredjepart.

Skattefinansierede ydelser er det mest nærliggende eksempel på tredjepartsfinansierede ydelser.

Tredjepartsfinansiering kan være hensigtsmæssigt ud fra fordelingspolitiske overvejelser, eller eksempelvis hvis ydelsen har karakter af et "offentligt gode" – fx en offentlig park - hvor forbruget af ydelsen ikke begrænser andre i at bruge den samme ydelse. I dette tilfælde kan tredjepartsfinansiering ses som en løsning på en såkaldt markedsfejl.

Analysen illustrerer, at det også i designet af og kommunikationen om skattefinansierede ydelser kan være relevant at inddrage viden fra adfærdsvidenskaben.

Eksempler på tredjepartsfinansierede ydelser kan være tilskud til høreapparat eller andre hjælpemidler, udeblivelse fra konsultationer m.fl.

### **Adfærdsbaserede markedsfejl og løsningsmodeller**

Analysen præsenterer mulige løsningsmodeller for at

begrænse de adfærdsbaserede markedsfejl. Den konkrete løsning vil dog afhænge af den pågældende situation, og vil skulle vejes op mod andre relevante hensyn, herunder de nævnte fordele ved transaktionsformerne.

Det gælder også i forhold til den samfundsøkonomiske omkostning ved markedsfejlen samt de økonomiske såvel som administrative byrder, de forskellige løsningsmodeller kan påføre både forbrugeren og virksomhederne på markedet.

Eksemplerne på mulige løsningsmodeller omfatter bl.a., at man i forbindelse med automatiserede transaktioner kan indføre en pligt til, at forbrugeren skal godkende en automatisk overførsel, inden den finder sted, eller at forbrugeren tilbagevendende får en oversigt over sit aktuelle forbrug på en aftale.

I forbindelse med komplekse og vejledningsbaserede transaktioner er en mulig løsningsmodel, at man mindsker kompleksiteten i informationsmængden ved at gøre det obligatorisk at fremhæve få specifikke nøgletal for det pågældende produkt. Hvis informationerne er velvalgte og præsenteres rigtigt, kan forbrugeren få lettere ved at sammenligne tilbud.

[Læs hele analysen "Typologi for adfærdsbaserede markedsfejl"](#)