

Att mäta konkurrensen i Sverige

Mats Bergman, Pehr-Johan Norbäck, Sten Nyberg och Melinda Suveg
på uppdrag av Konkurrensverket

UPPDRAGSFORSKNINGSRAPPORT 2024:6

Konkurrensverkets uppdragsforskningsrapport, november 2024
Författare: Mats Bergman, Pehr-Johan Norbäck, Sten Nyberg och Melinda Suveg
Foto: Scandinav

Förord

I Konkurrensverkets uppdrag ingår att främja forskning på konkurrens- och upphandlingsområdena. En del av det arbetet genomförs genom uppdragsforskning, det vill säga forskning som genomförs på vårt uppdrag för att belysa eller undersöka en viss fråga inom våra ansvarsområden.

Konkurrensverket är förvaltningsmyndighet för konkurrensfrågor och verkar för en effektiv konkurrens på marknaderna i Sverige. En utgångspunkt för detta arbete är att ha en god kunskap om olika marknader och hur väl konkurrensen fungerar på dessa. Marknader varierar stort i fråga om storlek, struktur, förutsättningar, utvecklingstakt samt regleringsgrad, och många av dessa förändras över tid. Att mäta och följa utvecklingen av konkurrensen på en marknad är dock förenat med en hel del svårigheter och det har hitintills inte funnits en tillräckligt utvecklad och tillämpbar metod för detta ändamål i Sverige.

På uppdrag av Konkurrensverket har professor Mats Bergman, professor Sten Nyberg, docent Pehr-Johan Norbäck och ekon. dr. Melinda Suveg utvecklat en mer tillämpbar mätmetod som kan användas för att mäta konkurrenssituationen på olika marknader i Sverige. Den framtagna mätmetoden ger Konkurrensverket och andra länders konkurrensmyndigheter ett värdefullt verktyg i sin tillsyns- och främjandeverksamhet. Mätmetoden möjliggör med hjälp av kvantitativa mått en beskrivning av hur konkurrenstrycket i Sverige ser ut och utvecklas över tid. Författarna har även beskrivit vilka begränsningar och felkällor som är förknippade med att använda den framtagna mätmetoden och hur man kan identifiera marknader och branscher där konkurrensen inte fungerar så väl.

Till projektet har knutits en referensgrupp från Konkurrensverket bestående av Ulf Bengtsson, Erik Brockwell, Arvid Fredenberg, Diego Gomez Ruales, Alma Hemberg, Karl Lundvall, Susanna Sällström Matthews, Nikos Tsakiridis samt Joakim Wallenklint.

Författarna ansvarar själva för bedömningarna och slutsatserna i rapporten.

Stockholm, november 2024

Arvid Fredenberg
Chefsekonom

Innehåll

Sammanfattning	6
Summary	11
1 Inledning.....	16
2 Nyttan med konkurrens och dess förutsättningar	18
3 Att mäta konkurrens	22
3.1 Forskningsstudier av koncentration och konkurrens	23
4 Ekonomiska mått som speglar konkurrens.....	29
4.1 Mått på marknadens struktur och betydelse.....	30
4.2 Mått på marginaler, avkastning och vinst	41
4.3 Mått på marknadsdynamik	52
4.4 En samlad bild av konkurrensen	58
5 Data	61
5.1 Diskussion.....	63
6 Relevant marknad, chocker och ägarsamband.....	65
6.1 SNI och relevant produktmarknad.....	65
6.2 SNI och relevant geografisk marknad.....	67
6.3 Chocker och ägarsamband.....	77
7 Tidigare studier	88
7.1 Norge	88
7.2 Storbritannien	89
7.3 Nya Zeeland.....	91
8 Konkurrens i specifika branscher	92
8.1 Konkurrensen i bygg- och anläggningsbranschen	92

9	En screening-metod för konkurrensproblem	112
9.1	Beskrivning	112
9.2	Resultat	116
9.3	Diskussion	118
10	Avslutande kommentarer och slutsatser.....	119
	Referenser	121
	Bilaga 1. Om Serranodatabasen	127
	Bilaga 2. Dekomponering av produktivitet.....	128
	Bilaga 3. Struktur för SNI-koder	130
	Bilaga 4. Kapitalintensitet, avkastning på kapital och vinstmarginal	131

Sammanfattning

Ett antal välpublicerade internationella forskningsartiklar har under de senaste åren uppmärksammat stigande koncentration på branschnivå och sjunkande löneandel av BNP. Flera av studierna har gjort tolkningen att den ökande koncentrationen lett till, eller sammanhänger med, svagare konkurrens och att detta i sin tur lett till att löntagarna får en allt lägre andel av det värde som skapas i näringslivet och till att vinstandelen ökar. Den här tolkningen står dock inte oemotsagd. Orsakssambanden är komplexa och dataunderlaget är bristfälligt i förhållande till studiernas frågeställningar. Andra tolkningar är att den tekniska utvecklingen gör det effektivt att en allt högre andel av efterfrågan riktas mot de mest produktiva företagen och att detta gynnar konsumenterna även om koncentrationen ökar; att inträdeshindren för nya aktörer blivit allt högre framför allt beroende på ökad regleringsbörda; respektive att lönsamheten bara skenbart ökat eftersom de allt mer betydelsefulla immateriella tillgångarna inte avspeglas i företagets bokföring. Enigheten bland ekonomer är däremot stor om att en väl fungerande konkurrens är ett effektivt sätt att skapa välbefinnande för såväl löntagare som för samhället i stort.

Konkurrens är emellertid ett svårfångat begrepp som kan ges olika innebörd. Ur konsumentens synpunkt är konkurrensen stark och välfungerande när det finns många leverantörer att välja mellan och när dessa konkurrerar såväl med pris som med kvalitet. Ur ett bredare perspektiv krävs en bra balans mellan hård konkurrens på kort sikt, så kallad statisk konkurrens som pressar företagets marginaler, och goda incitament att utveckla nya produkter och produktionsmetoder, så kallad dynamisk konkurrens. Det senare förutsätter att företagen får rimlig avkastning på sina investeringar i exempelvis forskning och utveckling (FoU). Effektiv konkurrens ur ett bredare perspektiv råder också när antalet företag som etablerar sig på en marknad är så stort att lönsamheten blir normal. Givet en viss etableringskostnad blir antalet företag då stort på stora marknader men litet på små marknader. Det senare innebär ur köparnas synpunkt svag konkurrens men ur företagets synpunkt normal lönsamhet. Konkurrensen är visserligen svag men företagen saknar likväl marknads-makt – och det finns inga rimliga policyåtgärder som kan motverka den svaga konkurrensen. Vi menar alltså att det är viktigt att skilja mellan (svag) konkurrens och marknads-makt.

De komplexa sambanden mellan exempelvis koncentration, marknads-makt och marknadseffektivitet innebär att det är svårt att med hjälp av enkel statistisk analys av standardiserad näringslivsstatistik bedöma graden av konkurrens. Därtill kommer datarelaterade problem, där det kanske största problemet är att den officiella statistiken utgår från *branscher*, samtidigt som konkurrensen bäst analyseras med utgångspunkt från *marknader*. Marknader brukar beskrivas dels i en produkt-dimension, dels i en geografisk dimension, där huvudprincipen för avgränsningen av marknader är att produkterna på en *relevant* marknad ska vara utbytbara ur köparnas synvinkel. En rätt avgränsad relevant produktmarknad är många gånger

snävare än även den finaste tillgängliga branschindelningen. Den relevanta geografiska marknaden kan vara såväl lokal som nationell eller internationell medan den officiella statistiken bygger på produktionen *i landet*.

Trots dessa svårigheter kan det finnas flera anledningar för konkurrensmyndigheter och andra att analysera konkurrensen med hjälp av kvantitativa metoder applicerade på officiell statistik. Grundläggande är givetvis att detta är jämförelsevis enkelt och resurssnålt.

Mer konkret kan en sådan analys syfta till att:

- jämföra konkurrensen på en övergripande nivå med den i andra länder eller över tid,
- tillsammans med andra metoder belysa konkurrensen i en viss bransch eller sektor,
- belysa tematiska och branschöverskridande frågeställningar kopplade till konkurrens,¹
- indikera eller signalera att det föreligger konkurrensproblem i en viss bransch som motiverar en djupare analys av densamma.

De kanske vanligaste kvantitativa måtten på konkurrens som kan hämtas ur officiell statistik kan delas upp i koncentration, lönsamhet och dynamik. Marknadens storlek (omsättning) har också betydelse, både därför att den säger något om inträdeshindren till branschen och därför att den indikerar magnituden på de eventuella konkurrensproblemen ur ett samhällsekonomiskt perspektiv. Vanliga mått på koncentration är summan av marknadsandelarna för de största (exempelvis de fyra största) företagen respektive HHI, som är summan av alla företags kvadrerade marknadsandelar.

Lönsamhet kan mätas på en mängd olika sätt. En distinktion är mellan marginalmått respektive avkastningsmått, där marginalmått relaterar ett mått på överskott (eller "vinst") till företagets omsättning medan avkastningsmått relaterar överskott till kapitalanvändning. En annan distinktion är den mellan överskottsmått som är hämtade "långt upp" respektive "långt ner" i resultaträkningen. Bruttoresultat mäts exempelvis långt upp i resultaträkningen. En fördel med ett sådant mått är att det är svårt att manipulera, då bokföringsreglerna inte erbjuder så stora frihetsgrader för de kostnads- och intäktsposter som definierar exempelvis bruttoresultatet. En annan fördel är att de kostnadsposter som används vid beräkning av bruttoresultat kan ses

¹ Ett exempel på en sådan tematisk frågeställning är huruvida konkurrensen tenderar att vara svagare på marknader där låginkomsttagare är konsumenter än på marknader där höginkomsttagare är konsumenter. Andra exempel diskuteras i rapporten.

som en approximation av företagets rörliga kostnader. Därifrån är steget inte långt till begreppet marginalkostnad och därmed pris-kostnadsmarginalen som brukar ses som en mätare på konkurrenstrycket.

Rörelseresultat och vinst återfinns jämförelsevis långt ner i resultaträkningen. En fördel med att använda rörelsemarginal eller vinstmarginal för att bedöma konkurrensen är att dessa mått även inkluderar fasta kostnader. Att inkludera fasta kostnader ger en mer rättvisande bild av företagens långsiktiga möjligheter att skapa överskott men en nackdel är i gengäld att dessa mått i större utsträckning kan påverkas av de val företagen gör för hur kapitalkostnader ska redovisas liksom av andra administrativa beslut inom bokföringsreglernas ramar.

För kapitaltunga företag, i synnerhet för företag med mycket fysiskt kapital såsom byggnader och maskiner, är avkastningsmått ofta mer relevanta än marginalmått. Avkastningen kan sättas i relation till exempelvis allt kapital, till allt operativt kapital eller till eget kapital, beroende på frågeställning. För att bedöma graden av konkurrens menar vi att avkastning på eget kapital är ett mindre relevant mått. Det kan noteras att överskottet vid beräkning av avkastning i princip alltid hämtas "långt ner" i resultaträkningen. För företag med lågt synligt kapital blir avkastningsmått mer känsliga för tillfälligheter och riskerar att bli missvisande, varför marginalmått är bättre mätare av konkurrens för sådana branscher.²

En indikator på dynamisk konkurrens är med vilken hastighet branschens största företag byts ut eller dess motsats, persistensen, det vill säga i vilken grad de största företagen i branschen förblir desamma år efter år. En annan ofta använd indikator är antalet eller andelen nya företag. Vi menar dock att det senare måttet inte är särskilt användbart om de nya företagen inte viktas efter storlek, till exempel med antalet anställda. Därför använder vi andelen anställda i helt nya företag (inträde), i företag som lämnar branschen (exit) respektive i unga företag (som varit i branschen högst fem år).

I princip alla som studerat frågan menar att det inte finns något mått som ensamt på ett adekvat sätt kan mäta graden av konkurrens utan att det bästa är att använda en kombination av olika mått. Vissa forskare har på olika sätt försökt skapa ett sammanvägt mått men de flesta rekommenderar att flera mått används samtidigt. Det blir då en bedömningsfråga hur många och vilka mått som ska användas. Med för få mått kan analysen bli missvisande men alltför många mått gör bedömningsprocessen oöverskådlig.

Vi föreslår här en strukturerad analys i, beroende på frågeställning, två eller tre steg. I det första steget görs en bedömning av i vilka branscher konkurrensen primärt är lokal, nationell eller internationell. För branscher där företagen främst konkurrerar

² Kapital som inte nödvändigtvis syns i bokföringen är främst immateriella värden, såsom varumärken, know-how, patent, etablerade kundrelationer och liknande.

internationellt kan en konkurrensanalys inte göras utifrån svenska data. För branscher där företagen konkurrerar på lokala marknader kan svenska data användas men analysen bör så långt möjligt genomföras på exempelvis regionnivå.

Om syftet med analysen är att identifiera branscher med konkurrensproblem eller att analysera konkurrensen inom en sektor föreslår vi, som ett andra steg, en screening-metod för att identifiera de största problemen och för att fokusera analysen på dessa. Screening-metoden utesluter i ett första moment branscher med företrädesvis internationell konkurrens, i ett andra moment de omsättningsmässigt minsta branscherna och i ett tredje moment branscher som inte har hög koncentrationsgrad. I ett fjärde moment görs en åtskillnad mellan branscher med hög respektive låg kapitalintensitet. Bland de kapitalintensiva branscherna identifieras de med högst kapitalavkastning; bland branscher med låg kapitalintensitet identifieras de branscher som har högst marginal. Hur hårt screening-metoden ska selektera kan anpassas till frågeställningen. Om analysen tillämpas på alla de drygt 800 branscherna på femsiffernivå bör den selektera relativt hårt men i en branschanalys måste mindre restriktiva kriterier tillämpas. Ifall syftet med analysen i stället är en tematisk analys eller en övergripande jämförelse med andra länder eller över tid är screening-metoden för att selektera snäva branscher ibland överflödigt.

I det avslutande steget föreslår vi att en standardiserad palett med ett tiotal standardiserade mått används för att mer heuristiskt bedöma graden av konkurrens. Vi menar att samma mått kan användas oavsett om analysen handlar om en snävt definierad bransch (exempelvis på femsiffernivå), en bred sektor (exempelvis partihandel eller tillverkningsindustri) eller näringslivet i stort. Specifikt föreslår vi tolv mått, varav tre handlar om koncentration (antal företag, CR4 och HHI), tre handlar om lönsamhet (prispåslag, vinstmarginal och avkastning på totalt kapital) och fem beskriver dynamisk konkurrens (persistens bland de största företagen och andel anställda i, respektive, inträdande, utträdande och nya företag samt företag som byter ägande). Det tolfte måttet är ett sammansatt mått som dekomponerar produktivitetsförändringar mellan och inom olika grupper av företag. Vårt val att använda tolv mått är i viss mån godtyckligt. Som ett alternativ kan nio mått användas i stället, där exempelvis andel anställda i inträdande och utträdande företag samt i företag som byter ägare då utgår. Ett annat alternativ är att, vid sidan av vinstmarginal, även använda bruttomarginal och rörelsemarginal, då dessa mått kan hämtas direkt ur bokföringsdata och då de ofta används i exempelvis företagsanalyser.

Vi har i denna rapport valt att testa den föreslagna ansatsen på byggsektorn och ser då en relativt god samstämmighet mellan våra resultat och de tidigare slutsatser Konkurrensverket och andra bedömare dragit om vilka delar av bygg- och anläggningssektorn som har de största konkurrensproblemen. Vi tillämpar också vår ansats på två branscher som påverkades på väldigt olika sätt av pandemin: drift av gymanläggningar respektive träimpregnering. Vi finner i båda fallen att lönsamheten inte normaliseras direkt efter krisen vilket kan tyda på trögheter i prisanpassningsprocessen. Vi väljer ut ytterligare en bransch för analys, veterinärbranschen, mot bakgrund av medierapportering om ökande koncentration och stigande priser.

För denna bransch, liksom även för drift av gymanläggningar, visar det sig att de mått på koncentration vi kan beräkna från företagsdatabasen inte ger en korrekt bild av utvecklingen ens om vi justerar för koncernförhållanden. Däremot visar våra data på en tydligt stigande lönsamhet i veterinärbranschen.

Avslutningsvis är vår bedömning att standardiserad bedömning av konkurrens med hjälp av befintliga företagsdata är ett användbart komplement till Konkurrensverkets beprövade metoder, framför allt därför att standardiserad dataanalys är förhållandevis resurssnål. Vi betonar vikten av att tidigt i analysen på ett enkelt sätt ta hänsyn till den geografiska marknadens utsträckning. Vi bedömer att det är ändamålsenligt att använda cirka ett tiotal olika mått på konkurrens i en strukturerad och genomtänkt analysansats, och att så långt som möjligt använda samma urval av mått. Vidare passar marginalmått bättre för bedömning av kapitalsnåla branscher och avkastningsmått bättre för kapitalintensiva branscher.

Summary

In recent years, several well-published international research articles have drawn attention to increasing concentration at the industry level and the declining wage share of GDP. Several of the studies have made the interpretation that increased concentration has led to, or is related to, weaker competition and that this in turn has led to wage earners receiving an increasingly lower share of the value created in the business sector and to an increase in the profit share. However, this interpretation does not go unchallenged. The causal relationships are complex, and the available data are often inadequate in relation to the questions of the studies. Other interpretations include that technological development results in an increasing proportion of demand to be directed toward the most productive firms, benefitting consumers and raising economic efficiency despite increased concentration; that entry barriers for new entrants have become increasingly high, mainly due to an increased regulatory burden; and that profitability has only appeared to increase on account of intangible assets becoming increasingly significant while not being reflected in company accounts. Conversely, there is a great deal of agreement among economists that well-functioning competition provides an effective path to prosperity for wage earners as well as for society as a whole.

We should also note that competition is a multi-faceted concept. From a consumer point of view, strong and well-functioning competition arises when there are many suppliers, competing on both price and quality, to choose from. From a broader perspective, a good balance is required between fierce competition in the short term, so-called static competition that squeezes companies' margins, and good incentives to develop new products and production methods, so-called dynamic competition. The latter requires that companies receive a reasonable return on investments in, for example, R&D. Effective competition from a broader perspective also prevails when the number of companies establishing themselves in a market is sufficient to render profitability normal. Given a certain entry cost, the number of companies will be large in large markets but small in small markets. The latter means weak competition from the buyers' point of view, but from the companies' point of view, normal profitability. Competition may thus be weak while companies lack market power – and there are no reasonable policy measures to counteract weak competition. Therefore, we believe it is important to distinguish between (weak) competition and market power.

The complex relationships between, for example, concentration, market power, and market efficiency mean that it is difficult to assess the degree of competition through a simple statistical analysis of standardized business statistics. In addition, there are data-related problems, where perhaps the biggest problem is that the official statistics are based on industries, while competition is best analyzed from a market perspective. Markets are usually described in a product dimension and in a geographical dimension, where the main principle for the market definition is that products in a relevant market must be substitutes from the buyers' point of view.

A properly defined relevant product market is often narrower than even the finest available industry classification. The relevant geographic market can be local, national, or international, while official statistics are based on production at the country level.

Despite these difficulties, there may be several reasons for competition authorities and others to analyze competition using quantitative methods applied to official statistics. One key reason is that it is comparatively simple and resource-efficient. More concretely, such an analysis may aim to:

- Compare competition at a general level across countries or over time;
- In conjunction with other methods, shed light on competition in a particular industry or sector,
- Shed light on thematic and cross-industry issues related to competition,
- Indicate or signal that there are competition problems in a particular industry warranting a deeper analysis of the same.

The most common quantitative measures of competition that can be derived from official statistics can be divided into concentration, profitability, and dynamism. Market size is also important, both because it says something about entry barriers in the industry and because it indicates the magnitude of possible competition problems from a societal perspective. Common measures of concentration include the sum of the market shares of the largest (e.g. the four largest) companies and HHI, which is the sum of all companies' squared market shares.

Profitability can be measured in a variety of ways. One distinction is between margin measures and return measures, where the former relates a measure of surplus (or "profit") to the company's turnover while the latter relates surplus to capital use. Another distinction can be made between surplus measures that are measured "close to the top" and those measured "close to the bottom" in the income statement. Gross profit, for example, is measured towards the top of the income statement. An advantage of such a measure is that it is difficult to manipulate, as accounting rules offer little discretion regarding the cost and revenue items that define, for example, gross profit. Another advantage is that the cost items used in the calculation of gross profit can be seen as an approximation of the company's variable costs. From there, the step is not far to the concept of marginal cost and thus the price-cost margin, which is usually seen as a gauge of competition.

Operating profit and profit are found closer to the bottom of the income statement. One advantage of using operating margin or profit margin to assess competition is that these metrics also include fixed costs. Including fixed costs provides a more accurate picture of the companies' long-term ability to create surpluses, but a dis-

advantage is that these measures to a greater extent can be influenced by how companies choose to report capital costs as well as by other administrative decisions admissible within the accounting rule framework. For capital-intensive companies, especially companies with a lot of physical capital such as buildings and machinery, return measures are often more relevant than margin measures. The return can be set in relation to, for example, all capital, all operating capital, or equity, depending on the issue. To assess the degree of competition, we believe that return on equity is then a less relevant measure. It may be noted that the surplus, when calculating returns, is in principle always taken close to the bottom of the income statement. For companies with low visible capital, return measures become more sensitive to coincidences and risk being misleading, which is why margin measures are better gauges of competition for such industries.

One indicator of dynamic competition is the turnover of the largest companies in the industry, or its opposite, the persistence, i.e. the degree to which the largest companies in the industry remain the same year after year. Another frequently used indicator is the number, or share, of new businesses. However, we believe that the latter measure is not very useful if new companies are not weighted by size, for example by the number of employees. Therefore, we use the proportion of employees in completely new companies (entry), in companies that leave the industry (exit) and in young companies (that have been in the industry for no more than five years).

In principle, all studies addressing this subject argue that there is no measure that alone can adequately measure the degree of competition and that the best approach is to use a combination of different measures. Some researchers have tried to create a weighted measure in various ways, but most recommend that several measures be used in conjunction. How many and which measurements should be used it is then a judgment call. With too few measurements, the analysis can be misleading, but too many measures make the assessment process unwieldy.

We propose a structured analysis in two or three steps, depending on the question. In the first step, industries are assessed in terms of whether the competition is primarily local, national, or international. For industries where competition is primarily international, a competitive analysis cannot be made on the basis of Swedish data. For industries where companies compete in local markets, Swedish data can be used, but the analysis should, for example, as far as possible be carried out at the regional level.

If the purpose of the analysis is to identify industries with competition problems or to analyze competition within a sector, we propose, as a second step, an algorithm to identify the biggest problems and to focus the analysis on these. In the first stage, the algorithm excludes industries with predominantly international competition, in the second stage, the smallest industries in terms of turnover are excluded, and in the third stage, industries that do not have a high degree of concentration. In the fourth stage, a distinction is made between industries with high and low capital

intensity. Among the capital-intensive industries, those with the highest return on capital are identified; among industries with low capital intensity, the industries with the highest margins are identified. How selective the algorithm should be adapted to the question. If the analysis is applied to more than 800 industries at the five-digit level, it should select relatively selective, but in an industry analysis, less restrictive criteria need to be applied. If the purpose of the analysis is instead a thematic analysis or an overall comparison with other countries or over time, the algorithm for narrowing down the set of industries is sometimes redundant.

In the final step, we propose that a standardized palette with about ten standardized measures be used to heuristically assess the degree of competition. We believe that this can be used regardless of whether the analysis concerns a narrowly defined industry (e.g. at a five-digit level), a broad sector (e.g. wholesale or manufacturing), or the business sector in general. Specifically, we propose twelve measures, three of which concern concentration (number of companies, CR4, and HHI), three that measure profitability (price markup, profit margin, and return on total assets), and five that describe dynamic competition (persistence among the largest companies and the proportion of employees in, respectively, entering, exiting and new companies as well as companies that change ownership). The twelfth measure is a composite measure that decomposes productivity changes between and within different groups of firms. Our choice to use twelve measures is to some extent arbitrary. As an alternative, nine measurements can be used, for example omitting the proportion of employees in entering and exiting companies and in companies that change ownership. Another option is to use gross margin and operating margin in addition to profit margin, as these measures can be taken directly from accounting data and are often used in, for example, business analyses.

We test our approach on the construction sector and see a relatively good agreement between our results and the conclusions previously drawn by the Swedish Competition Authority and other analyses regarding which parts of the construction and civil engineering sector that have the greatest competition problems. We also apply our approach to two industries that were affected in very different ways by the pandemic: the operation of gym facilities and wood impregnation. In both cases, we find that profitability does not revert to normal immediately after the crisis, which may indicate inertia in the price-adjustment process. We also examine another industry, the veterinary industry, in light of media reports of increasing concentration and rising prices. For this industry, as well as for the operation of gym facilities, it turns out that the measures of concentration we can calculate from the company database do not give an accurate picture of the development even if we adjust for industry groups. However, our data clearly indicates rising profitability in the veterinary industry.

Finally, our assessment is that a standardized assessment of competition using existing firm data can be a useful complement to the Swedish Competition Authority's established methods, mainly because standardized data analysis is relatively resource-efficient. We emphasize the importance of taking into account the scope of

the geographic market in a simple way early in the analysis. We believe that using about ten different measures of competition in a structured and well-thought-out analysis approach, where the same selection of measures is used as far as possible, is appropriate. Furthermore, margin measures appear better suited for assessing capital-efficient industries, and return measures better for capital-intensive industries.

1 Inledning

Under de senaste åren har konkurrensfrågor rönt ett ökat intresse. Dels har den starka marknadskoncentrationen som växt fram på olika digitala marknader, inte minst så kallade plattformsmarknader, väckt politiska krav på reglering i såväl Europa som USA.³ Dels har branschövergripande empiriska studier funnit att vinster, marginaler och marknadskoncentration - särskilt i USA men även i en del andra länder - gradvis ökat under de senaste decennierna. Samtidigt har arbetskraftens andel av de samlade inkomsterna minskat. En tolkning av detta är att konkurrenstrycket i ekonomierna överlag kan ha försvagats över tid. Det har också påpekats att konkurrenspolitiken i USA under samma period har varit relativt passiv.⁴ De kraftigt stigande konsumentpriserna i kölvattnet av pandemin har också bidragit till att väcka frågor om hur väl konkurrensen egentligen fungerar på flera olika områden. Ur ett sådant perspektiv räcker det inte med allmänna indikationer på ökande vinster och marginaler utan det är viktigt att få en mer detaljerad bild av var i ekonomin eventuella konkurrensproblem uppstår och hur konkurrensförhållanden förändras över tid. Detta har föranlett studier i andra länder, bland annat i Norge och Storbritannien, som på nationell nivå söker belysa konkurrensförhållanden i olika branscher.⁵

Föreliggande rapport gör en liknande kartläggning för svenskt vidkommande. Ett viktigt syfte med rapporten är att beskriva hur en empirisk undersökning kan läggas upp som belyser hur konkurrensen fungerar och utvecklas över tid i olika delar av ekonomin, vilka begränsningar och felkällor som är förknippade med en sådan undersökning och hur man kan tolka resultaten. Målet är att förklara hur konkurrens kan mätas med enkla kvantitativa mått som på ett övergripande plan kan beskriva hur konkurrenstrycket i Sverige utvecklats över tid och i jämförelse med andra länder. Av detta skäl finns det anledning att anknyta till de ansatser som etablerats i exempelvis Norge och Storbritannien.

Ett annat viktigt syfte med rapporten är att belysa om, och i så fall hur, branscher där konkurrensen möjligen inte är väl fungerande, kan identifieras. Enskilda indikatorer kommer knappast att vara tillräckliga för att slå fast att så är fallet men de kan peka på sektorer där en fördjupad analys kan vara motiverad. I uppdraget ingår

³ I Europa infördes 2023 också en genomgripande reglering av digitala marknader, Digital Markets Act, som träffar så kallade "gatekeepers", vilka i praktiken utgörs av de allra största digitala plattformarna.

⁴ Philippon (2019) noterar att ökade koncentrationstal korrelerar med indikatorer på försämrad konkurrens, som ökade vinster. Se också Syverson (2019) för en diskussion av marknadsmakt ur ett makroekonomiskt perspektiv. De Loecker, Eeckhout och Unger (2020) visar på starkt stigande marginaler sedan 80-talet som främst beror på att företag med höga marginaler förstärkt dessa ytterligare. De Loecker et al. (2020) tolkar utvecklingen som att företagens marknadsmakt har ökat. Autor et al. (2017) och Barkai (2016) finner att kapitalets andel också har minskat och att denna simultana minskning kan förklaras av ökad "ren ekonomisk vinst" (pure profit), det vill säga en kapitalavkastning som överstiger marknadens avkastningskrav. Enligt De Loecker och Eeckhout (2017) har genomsnittliga marginaler i USA ökat kraftigt i alla branscher från 80-talet och framåt, från 18 till 67 procent över marginalkostnaden, vilket drivs av förändringar inom branscher snarare än förändringar mellan branscher. För en ny studie på svenska data, se KI (2023) samt kritisk kommentar från Waldenström på bloggen Ekonomistas (<https://ekonomistas.se/2023/12/20/hur-har-foretagens-vinster-utvecklats-enligt-nationalrakenskaperna/>).

⁵ Se Stemland Eide et al., 2022, respektive CMA, 2020, 2022.

också att redogöra för de föreslagna metodernas svagheter liksom att peka på de begränsningar som följer av att använda befintlig näringslivsstatistik och standardiserad industriklassificering. Den viktigaste begränsningen är att statistiken inte är anpassad enligt relevanta produktmarknader och geografiska marknader.

2 Nyttan med konkurrens och dess förutsättningar

Konkurrens är bra ur ett konsumentperspektiv eftersom konkurrens tenderar att leda till lägre priser och ger producenter starka incitament att möta konsumenternas önskemål också vad gäller produktutbud och kvalitet. Omvänt innebär konkurrens för producenter att marginaler och vinster pressas och de tvingas försöka matcha – och helst överträffa – konkurrenternas erbjudanden.

Konkurrens är inget nollsummespel där vinsten för en grupp uppvägs av förlusten för en annan. Ur ett samhällsekonomiskt perspektiv är det främsta argumentet för att konkurrens är bra att konkurrens tenderar att leda till bättre resursutnyttjande både på kort och på lång sikt. Väl fungerande konkurrens skapar drivkrafter för ständiga förbättringar och innovationer vilka utgör grundvalen för ekonomisk tillväxt och välstånd. Konkurrens gör helt enkelt "kakan" större och bidrar också till att den växer snabbare.⁶

Många marknader har naturligt goda förutsättningar för väl fungerande konkurrens, exempelvis på grund av att det är enkelt för nya företag att etablera sig och att konsumenterna lätt kan orientera sig om utbudet och jämföra olika erbjudanden. Internationell handel kan också starkt bidra till en väl fungerande konkurrens, inte minst om transportkostnader och handelshinder är låga.

På andra marknader kan förutsättningarna för en väl fungerande konkurrens vara sämre. Exempelvis kan teknologier med stora skalfördelar leda till hög marknadskoncentration samtidigt som höga transportkostnader eller regleringar avskärmar marknaden från internationell konkurrens.

På små geografiska marknader kan efterfrågan vara så begränsad eller köpkraften så svag att bara ett eller ett fåtal företag har möjlighet att etablera sig även om det i princip är fritt för många andra företag att träda in på marknaden. Även om marknadskoncentrationen då kan vara hög innebär dessa förhållanden samtidigt att utrymmet för att utnyttja eventuell marknadsmakt till att uppnå hög kapitalavkastning är mycket begränsat.

Beroende på vad vi menar med konkurrens kan vi på den lokala marknaden beskriva konkurrensen som svag eller välfungerande. Som illustration kan vi tänka oss marknader som antingen är lokala eller internationella beroende exempelvis på olika transportkostnader för olika produkter. Vi tänker oss också att det finns relativt stora skalfördelar. För marknader med höga transportkostnader kommer marknaden att vara lokal och antalet företag blir litet. Ur konsumenternas synvinkel kommer konkurrensen att framstå som svag, med höga priser och få aktörer att

⁶ Se exempelvis Viscusi, Harrington och Sappington (2018) för en diskussion om hur konkurrens, eller brist på konkurrens, påverkar ekonomisk välfärd.

välja mellan. Om transportkostnaderna i stället är låga blir marknaderna internationella, företagen kommer att kunna utnyttja skalfördelarna bättre, priserna blir lägre och konsumenterna får fler företag att välja mellan. Konsumenterna uppfattar här konkurrensen som hård.

Ur företagets synvinkel kan situationen uppfattas ganska annorlunda. På de lokala marknaderna är visserligen antalet konkurrenter litet men marknaden är också liten och företaget kan inte utnyttja de potentiella skalfördelarna, eftersom de höga transportkostnaderna gör det olönsamt att sälja annat än till närområdets konsumenter. Även om priserna framstår som höga är lönsamheten inte högre än normalt. På marknader med internationell konkurrens är priserna lägre, kunderna har fler företag att välja mellan, men lönsamheten är ungefär densamma.

I dagligt tal är nog tolkningen att konkurrens är ungefär synonymt med låg koncentration och då skulle konkurrensen beskrivas som svag på de lokala marknaderna och hård på de internationella. Vi kommer i den här rapporten i huvudsak att använda begreppet konkurrens på detta sätt men det är viktigt att påpeka att företagen på våra hypotetiska lokala marknader inte har någon betydande marknadsmakt. Kanske konkurrerar de också hårt *om* de lokala marknaderna, även om marknaderna inte är stora nog att rymma många företag. Vi kommer ibland att tala om *indikationer* på svag konkurrens när det är viktigt att hålla isär, å ena sidan, svag konkurrens med hög grad av marknadsmakt och hög lönsamhet och, å andra sidan, svag konkurrens *utan* marknadsmakt och med normal lönsamhet.

För många ekonomteoretiker är graden av konkurrens en direkt funktion av pris-kostnadsmarginalen så att perfekt konkurrens anses råda på marknader där priset är lika med marginalkostnaden. Vi menar alltså att detta är en förenkling som bortser från konkurrensen *om* marknaderna. För policyanalys behöver konkurrens förstås tillsammans med marknadsmakt. Med svag konkurrens men utan marknadsmakt kan företagen inte få mer än normal avkastning på investerat kapital. Vi kan då inte förvänta oss att traditionella konkurrensstimulerande åtgärder kan leda till ökad konkurrens, lägre priser och så vidare.

Konkurrens om marknader brukar ibland kallas *dynamisk* konkurrens. I motsats till statisk konkurrens, det vill säga konkurrens givet befintlig teknologi och fysisk kapitalstock, innebär dynamisk konkurrens att konkurrensmedlen är investeringar i ny teknologi eller i nya anläggningar. Exempelvis kan ett företag som investerat i FoU erhålla ett patent och med hjälp av detta för en tid dominera marknaden. Lönsamheten blir hög och såväl struktur- som resultatbaserade mått kan signalera att konkurrensen är svag. Men detta är bara tillfälligt; kanske gör ett annat företag snart en ännu bättre innovation och när patentet löper ut kommer priserna ändå att falla. Och den höga uppmätta lönsamheten innebär i många fall bara en rimlig avkastning på en stor och osäker investering.⁷

⁷ Se vidare avsnitt 4.3.

Förutsättningarna för väl fungerade konkurrens beror också på den legala och institutionella kontexten som företagen verkar i. Exempelvis betingas förutsättningarna för att driva och starta nya företag av faktorer som regelverk, tillgång till finansiering och kompetens samt en legal infrastruktur som exempelvis värnar immateriella äganderätter, upprätthåller kontrakt och möjliggör effektiv konfliktlösning.⁸

Därtill finns regelverk som direkt tar sikte på konkurrensen. Konkurrenslagen sätter ramar för företagets agerande och syftar till att förhindra konkurrensbegränsande beteenden och uppkomsten av marknadsmakt genom förbud mot karteller, domnansmissbruk och skadliga koncentrationer. Även verksamheter i offentlig sektor som är i ett konkurrensförhållande med privata aktörer omfattas av reglerna, och dessutom omfattas inköp inom sektorn av upphandlingsregler. Statsstödsreglerna syftar till att stävja konkurrensnedvridande stöd när dessa har en gemenskapsdimension.

Vissa marknader är också föremål för så kallad sektorsreglering som (bland annat) syftar till att minska möjligheterna för aktörer att utnyttja marknadsmakt, exempelvis genom tillträdesreglering. I vissa länder, som exempelvis Storbritannien och Tyskland, har konkurrensvårdande myndigheter också fått nya verktyg i form av möjligheter att genomföra marknadsundersökningar som kan följas av tvingande åtgärder för att främja konkurrensen. Detta kan exempelvis innebära att förvärv delvis förbjuds och inte kan genomföras på en regional marknad med hänsyn till de negativa effekterna på konkurrensen. Det finns för närvarande inget sådant verktyg tillgängligt för Konkurrensverket i de svenska konkurrensreglerna.⁹

Skillnaderna i förutsättningar för väl fungerande konkurrens kan skilja sig mycket åt mellan olika marknader och ur samhällsekonomiskt perspektiv handlar det om att få konkurrensen på olika marknader att fungera så bra som möjligt, givet marknadernas förutsättningar. Exempelvis är det viktigt att konkurrensen inte sätts ur spel genom konkurrensbegränsande samarbeten eller handelshinder på marknader där förutsättningarna egentligen är goda, och att stora företag på marknader med sämre konkurrensförutsättningar inte utnyttjar situationen för att ytterligare begränsa konkurrensen.

Såväl konkurrensvårdande tillsyn som politik för att främja förutsättningarna för en väl fungerande konkurrens underlättas av en god kännedom om hur väl konkurrensen fungerar i olika delar av ekonomin. Marknader är dynamiska och förändrade teknologier, affärsmodeller, köpbeteenden, organisk tillväxt och strukturaffärer innebär att konkurrensförhållandena ändras över tid och det är därför

⁸ Det finns ett flertal olika mått på affärsklimat. OECD publicerar exempelvis index som avspeglar graden av produktmarknadsreglering i olika länder och sektorer (PMR-index) samt förutsättningarna för utländska direktinvesteringar (FDI-index). PwC publicerar ett Private Business Attractiveness Index som rankar affärsklimatet i olika länder. Svenskt Näringsliv gör en årlig ranking av affärsklimatet i Sveriges kommuner.

⁹ En offentlig utredning, Nya konkurrensverktyg för väl fungerande marknader (Dir. 2023:136), undersöker förutsättningarna för att införa motsvarande konkurrensrättsliga verktyg även i Sverige.

värdefullt att översiktligt kunna mäta och följa utvecklingen av konkurrensen på olika marknader.

I det perspektivet är det värdefullt att översiktligt kunna följa olika indikatorer på hur väl konkurrensen fungerar av flera skäl:

- För jämförelser med andra länder och över tid,
- Som utgångspunkt för analyser av konkurrensen i vissa branscher,
- Som hjälpmedel för analyser av tematiska (branschöverskridande) frågeställningar, såsom betydelse av korsägande, in- och utträde eller digitalisering, eller av om det finns ett samband mellan konsumenters inkomst och det genomsnittliga konkurrensstrycket på de marknader de köper ifrån,
- Som diagnostiskt instrument eller indikator för branscher och marknader med påtagligt svag eller försämrad konkurrens.

Som vi kommer att utveckla nedan behöver metodiken anpassas beroende på syftet med analysen. Vid jämförelser med andra länder är det viktigt att så långt möjligt använda samma metodik, även om den valda metodiken på vissa marknader inte är den mest lämpliga. Vid analyser av enskilda marknader är det däremot viktigt att anpassa metodiken efter den utvalda marknadens specifika förutsättningar.

3 Att mäta konkurrens

Många, om inte de flesta, har en intuitiv känsla för vad som avses med bra eller hård konkurrens. Exempelvis kan det förknippas med låga priser, pressade vinster och många konkurrenter. Det kan vara betydligt svårare att precisera innebörden av detta. Vad innebär ett lågt pris? Är det prisets relation till företaget kostnader som avgör och i så fall vilka kostnader? Tyder höga vinster för företag på en innovationsmarknad på bristande konkurrens eller är de en följd av att väl fungerade konkurrens har drivit fram lyckade innovationer? Hur ringar man in vilka företag som faktiskt konkurrerar med varandra?

Det finns en omfattande nationalekonomisk litteratur som belyser ett brett spektrum av konkurrensfrågor både teoretiskt och empiriskt. Sammantaget finns en god förståelse inom ekonomskräet av vad väl fungerande och bristande konkurrens innebär. Den förståelsen är dock mångfacetterad och vad som kan vara en tydlig indikation på bristande konkurrens på en viss marknad behöver inte tyda på konkurrensproblem i en annan kontext där förutsättningarna är annorlunda. Det är därför svårt att hitta någon enskild, allmängiltig och lätt mätbar indikator på bristande konkurrens. På en given marknad, där marknadsförhållandena är kända, kan det vara betydligt enklare att bedöma konkurrensförhållandena.¹⁰

Likväl kan det vara värdefullt att ha möjlighet att översiktligt kunna diagnostisera hur konkurrensen fungerar på olika marknader eller om den utvecklas i positiv eller negativ riktning över tid, även om vi saknar djupare kännedom om kontexten på enskilda marknader. Även om vi inte är säkra på om exempelvis ökad koncentration beror på teknologisk utveckling, som leder till att effektiva företag tar marknadsandelar, eller på att marknadsstyrka tillåter dominanta företag att försvaga konkurrensen på ett sätt som skadar effektiviteten, så kan en sådan förändring indikera att marknaden bör studeras närmare. Som vi noterade tidigare har det i flera länder sammanställts empiriska rapporter som använder olika konkurrensindikatorer som sammantaget kan belysa konkurrensvillkoren. Några av dessa diskuteras kort i kapitel 7.

De indikatorer på konkurrens som ingår i en sådan studie kommer att vara förknippade med en icke obetydlig osäkerhet. Behovet av precision i en undersökning av konkurrensförhållanden beror dock på vad syftet med att undersökningen är. Om undersökningen exempelvis utgör en del i bevisningen för en överträdelse av konkurrensreglerna som är förknippad med betydande sanktioner eller skadestånd är kraven på precision och utredningsinsatser höga. Om syftet i stället är att ge en fingervisning om områden där konkurrensen kan vara bristfällig, eller visar tecken på att utvecklas i ogynnsam riktning, för att exempelvis vägleda prioriteringar och

¹⁰ Svårigheten att allmängiltigt karaktärisera något som kan framstå som tydligt i enskilda fall är inte unikt för konkurrensförhållanden. Ett välkänt exempel är domaren Potter Steward som i ett yttrandefrihetsmål i den amerikanska högsta domstolen 1964 avstod från att närmare definiera vad som kan karaktäriseras som obscen, eller pornografisk, utan konstaterade bara att "I know it when I see it".

inriktning på fortsatta undersökningar hos konkurrens- eller regleringsmyndigheter, blir avvägningen en annan. Det är fortfarande viktigt att hitta bra indikatorer på konkurrens men det är också viktigt att sådana undersökningar inte blir alltför resurskrävande att genomföra. Exempelvis är det angeläget att de kan baseras på någorlunda lätt tillgängliga data.

Även om vi är ute efter approximativa indikatorer på konkurrens är det värdefullt att ha en god uppfattning om vilka de huvudsakliga felkällorna i en sådan här undersökning kan vara och vilket genomslag de kan få. Som vi kort berör nedan, i samband med att olika mått på konkurrens presenteras, finns det felkällor som är "teoretiska" i meningen att vanligt använda konkurrensmått inte ens i teorin alltid fångar graden av konkurrens. Under vissa förhållanden kan de fungera mycket bra medan de under andra omständigheter inte säger särskilt mycket om konkurrens-situationen. Det finns också felkällor förknippade med data, som vi kan kalla empiriska felkällor. Dels kan det finnas osäkerhet eller fel i hur en variabel mäts och dels kanske det vi mäter inte helt överensstämmer med det vi egentligen skulle vilja mäta. Det senare gäller inte minst de mått som anknyter till en viss marknad, eftersom det finns en betydande risk att tillgängliga data inte är anpassade till vad som brukar benämnas som den "relevanta marknaden".

Ambitionen i denna rapport är som nämnts att diskutera hur konkurrens skulle kunna mätas med enkla kvantitativa mått som på ett övergripande plan avspeglar hur konkurrensstrycket i Sverige utvecklats över tid och kan belysa hur konkurrensförhållanden i olika branscher utvecklats över tid. Utgångspunkten är att använda mått på exempelvis koncentration, marginaler och lönsamhet som redan finns sammanställd i eller som enkelt kan beräknas ur befintlig näringslivsstatistik. Vi kommer alltså inte att med ekonometriska metoder skatta mått utifrån exempelvis kostnader och intäkter på det sätt som ofta görs i forskningslitteraturen. Denna litteratur diskuteras kortfattat nedan.

3.1 Forskningsstudier av koncentration och konkurrens

Som nämdes inledningsvis har studier under senare år funnit indikationer på att konkurrensen i bred bemärkelse under de senaste decennierna har utvecklats negativt såväl i USA som i flera andra OECD-länder. Man har funnit evidens för ökad marknadskoncentration, höjda marginaler, ökade vinster och för att arbetets andel av förädlingsvärdet har fallit. Detta har rönt stor uppmärksamhet såväl inom policyfären som bland forskare, och har resulterat i ett flertal ytterligare studier samt mer policyinriktade rapporter. Här sammanfattar vi bara kort några av huvudragen i litteraturen. För artiklar som innehåller aktuella översikter över forskningslitteraturen se exempelvis Calligaris et al. (2024), avsnitt 7.2 i Goldin et al. (2024),

Miller (2024) samt Shapiro och Yurukoglu (2024).¹¹ De två senare artiklarna belyser litteraturen ur ett industriell-ekonomi-perspektiv.

Många av dessa studier, som den inflytelserika studien av De Loecker et al. (2020) och andra studier i kölvattnet av denna, har ett makroperspektiv i det att de utgår från relativt aggregerad näringslivsstatistik och tar sikte på utvecklingen av koncentration, marginaler och lönsamhet i stort snarare än att studera utvecklingen på enskilda marknader med beaktande av omständigheterna på just dessa, som är vanligt i industriell-ekonomi-litteraturen.¹²

3.1.1 Marknadskoncentration

Vad gäller koncentration så har flera studier, bland annat Barkai och Autor et al., visat att koncentrationen på sektorsnivå i USA har ökat.¹³ En begränsning i denna typ av undersökning är att näringslivsstatistikens klassificering inte nödvändigtvis återspeglar relevanta produktmarknader och det kan också spela en stor roll vilken geografisk nivå som studeras. Exempelvis finner Rossi-Hansberg, Sarte och Trachter att även om koncentrationen har ökat på nationell nivå så har den faktiskt minskat på lokal nivå.¹⁴ De förklarar detta med att de största företagen etablerar nya filialer på lokala marknader och därigenom minskar koncentrationen lokalt. (Detta mönster uppträder också på en av de exempelmarknader, drift av gymanläggningar, som diskuteras i kapitel 6). Benkard et al. använder sig av data från amerikanska konsumentundersökningar, som visserligen begränsar undersökningen till konsumentmarknader, men gör det möjligt att komma närmare en relevant marknadsavgränsning.¹⁵ Författarna finner betydligt högre nivåer på marknadskoncentration på dessa mer snävt avgränsade marknader än vad som är fallet i studier baserade på näringslivsstatistik. Till skillnad från dessa studier finner de emellertid att marknadskoncentrationen faller över tid. Dessa studier, liksom vår exempelmarknad drift av gymanläggningar, illustrerar att den aggregationsnivå på vilken vi mäter förändringar i marknadsstruktur kan påverka vilka mönster vi ser.

¹¹ Calligaris, Sara, Miguel Chaves, Chiara Criscuolo, Josh De Lyon, Andrea Greppi och Oliviero Pallanch. "Exploring the Evolution and the State of Competition in the EU." (2024). https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2024-06/KD0224126enn_exploring_aspects_of_the_state_of_competition_in_the_EU.pdf; Goldin, Ian, Pantelis Koutroumpis, François Lafond och Julian Winkler. "Why is productivity slowing down?" *Journal of Economic Literature* 62, Nr. 1 (2024): 196-268.; Miller, Nathan H. *Industrial organization and the rise of market power*. Nr. w32627. National Bureau of Economic Research, 2024. <http://www.nber.org/papers/w32627>; Shapiro, Carl och Ali Yurukoglu (2024), Trends in Competition in the United States: What Does the Evidence Show? UC Berkeley. <http://faculty.haas.berkeley.edu/shapiro/trendsincompetition.pdf>

¹² De Loecker, Jan, Jan Eeckhout och Gabriel Unger. "The rise of market power and the macroeconomic implications." *The Quarterly Journal of Economics* 135, Nr. 2 (2020): 561-644.

¹³ Barkai, Simcha. "Declining labor and capital shares." *The Journal of Finance* 75, Nr. 5 (2020): 2421-2463.; Autor, David, David Dorn, Lawrence F. Katz, Christina Patterson och John Van Reenen. "The fall of the labor share and the rise of superstar firms." *The Quarterly Journal of Economics* 135, Nr. 2 (2020): 645-709.

¹⁴ Rossi-Hansberg, Esteban, Pierre-Daniel Sarte och Nicholas Trachter. "Diverging trends in national and local concentration." *NBER Macroeconomics Annual* 35, Nr. 1 (2021): 115-150.

¹⁵ Benkard, C. Lanier, Ali Yurukoglu och Anthony Lee Zhang. *Concentration in product markets*. Nr. w28745. National Bureau of Economic Research, 2021.

Detta talar för att det kan vara värdefullt att studera en given SNI-marknad under olika antaganden om geografisk utbredning som en känslighetsanalys samt att undersöka alternativa datakällor för marknadsklassificeringar i likhet med Benkard et al..¹⁶

Huruvida en ökad koncentration (på aggregerad nivå) är bra eller dåligt beror på orsaken till att koncentrationen har ökat. Goldin et al. diskuterar detta i termer av god och dålig koncentration, en terminologi hämtat från Covarrubias, Gutiérrez, och Philippon, där god koncentration avspeglar att mer produktiva företag får ökade marknadsandelar, till exempel på grund ökade skalfördelar eller för att näthandel har underlättat prisjämförelser.¹⁷ Dålig koncentration avspeglar i stället att starka aktörer har lyckat begränsa konkurrensen med inträdeshinder för potentiella konkurrenter. Covarrubias, Gutiérrez, och Philippon tolkar det som att de senaste 15 åren präglats av dålig koncentration.¹⁸ Goldin et al. betonar dock att i studien av Autor et al. så tycks förändringen i löneandelen främst drivas av att de mest produktiva företagen ökar sina marknadsandelar, och noterar att Ganapati finner att ökad koncentration är positivt korrelerad med produktivitet.¹⁹

3.1.2 Ökad lönsamhet eller stigande marginaler?

Om konkurrensen försvagas är det rimligt att förvänta sig att detta manifesteras i högre vinster för företagen och därmed i en avkastning som överstiger den riskjusterade marknadsmässiga avkastningen. Goldin et al. diskuterar studier som söker uppskatta utvecklingen av överavkastningen genom att subtrahera marknadsmässig kapitalkostnad och arbetskostnader från intäkterna.²⁰ Dessa visar på en ökande ersättning till kapital, framför allt i USA, vilket de menar sannolikt både avspeglar överavkastning för kapital och normal ersättning till kapital som inte fångas i måtten på kapital, exempelvis immateriella tillgångar. Goldin et al. noterar att det kan vara svårt att separera dessa. Shapiro och Yurukoglu (2024) konstaterar att utvecklingen med stigande vinster för amerikanska företag i huvudsak beror på

¹⁶ Det finns ett antal olika företag som erbjuder datadriven kundsegmentering på den svenska marknaden.

¹⁷ Covarrubias, Matias, Germán Gutiérrez och Thomas Philippon. "From good to bad concentration? US industries over the past 30 years." *NBER Macroeconomics Annual* 34, Nr. 1 (2020): 1-46.; Goldin, Ian, Pantelis Koutroumpis, François Lafond och Julian Winkler. "Why is productivity slowing down?" *Journal of Economic Literature* 62, Nr. 1 (2024): 196-268.

¹⁸ Covarrubias, Matias, Germán Gutiérrez och Thomas Philippon. "From good to bad concentration? US industries over the past 30 years." *NBER Macroeconomics Annual* 34, Nr. 1 (2020): 1-46.

¹⁹ Goldin, Ian, Pantelis Koutroumpis, François Lafond och Julian Winkler. "Why is productivity slowing down?" *Journal of Economic Literature* 62, Nr. 1 (2024): 196-268.; Autor, David, David Dorn, Lawrence F. Katz, Christina Patterson och John Van Reenen. "The fall of the labor share and the rise of superstar firms." *The Quarterly Journal of Economics* 135, Nr. 2 (2020): 645-709; Ganapati, Sharat. "Growing oligopolies, prices, output, and productivity". *American Economic Journal: Microeconomics* 13, Nr. 3 (2021): 309-327.

²⁰ Goldin, Ian, Pantelis Koutroumpis, François Lafond och Julian Winkler. "Why is productivity slowing down?" *Journal of Economic Literature* 62, Nr. 1 (2024): 196-268.

vinster som härrör från marknader utanför USA.²¹ Vinstnivån på den amerikanska marknaden har varit i stort sett oförändrad.

Flera studier, däribland De Loecker et al., har i stället undersökt utvecklingen av marginaler över tid, där marginaler har definierats som kvoten mellan pris och marginalkostnad.²² Ansatsen utgår ifrån att företag som kostnadsminimerar kommer att vilja använda rörliga produktionsfaktorer på ett sådant sätt att kvoten mellan företagets intäkter och utläggerna på en rörlig produktionsfaktor multiplicerat med produktionsfaktorns utbudselasticitet är lika med marginalen. Analyserna har sedan använt sig av mått som approximerar intäkter respektive de totala kostnaderna för en rörlig produktionsfaktor för att skatta utbudselasticiteter och sedan marginaler. De Loecker et al. finner mycket stora ökningar av marginalerna över tid. Goldin et al. och Miller diskuterar olika utmaningar med ansatsen, däribland att priser och kvantiteter inte observeras separat utan bara intäkter och utgifter.²³ De menar att detta kan leda till felskattningar och de noterar också att tillgängliga kostnadsåtgångar inte utgör rena marginalkostnader eller fasta kostnader. Shapiro och Yurukoglu noterar också att stora företag ofta producerar många olika produkter och är verksamma på många olika marknader och att det då är oklart om det är meningsfullt att skatta en enskild marginal för sådana företag och hur den ska tolkas.²⁴ Barkai, som i likhet med De Loecker et al. finner tecken på stigande vinster, menar att de marginaler De Loecker et al. skattat innebär osannolikt höga marginaler. Barkai finner själv betydligt mindre kraftiga ökningar av marginaler.²⁵ Basu pekar på ett antal orimliga konsekvenser av De Loeckers resultat.²⁶ Bland dessa kan nämnas negativ marginalproduktivitet av kapital och negativ teknisk utveckling.

Calligaris et al. menar att både koncentrationsgrad och marginaler ökat även i Europa.²⁷ Här bör framhållas att de europeiska data de använt är betydligt sämre än den som används i de amerikanska studierna varför dessa slutsatser än så länge bör betraktas med viss försiktighet.

Nästa fråga är vad som är orsaken till de, i varje fall i USA, ökade marginalerna. I likhet med frågan om god och dålig koncentration kan vi fråga oss om ökade

²¹ Shapiro, Carl och Ali Yurukoglu (2024), Trends in Competition in the United States: What Does the Evidence Show? UC Berkeley. <http://faculty.haas.berkeley.edu/shapiro/trendsincompetition.pdf>

²² De Loecker, Jan, Jan Eeckhout och Gabriel Unger. "The rise of market power and the macroeconomic implications." *The Quarterly Journal of Economics* 135, Nr. 2 (2020): 561-644.

²³ Goldin, Ian, Pantelis Koutroumpis, François Lafond och Julian Winkler. "Why is productivity slowing down?" *Journal of Economic Literature* 62, Nr. 1 (2024): 196-268.; Miller, Nathan H. *Industrial organization and the rise of market power*. Nr. w32627. National Bureau of Economic Research, 2024. <http://www.nber.org/papers/w32627>

²⁴ Shapiro, Carl och Ali Yurukoglu (2024), Trends in Competition in the United States: What Does the Evidence Show? UC Berkeley. <http://faculty.haas.berkeley.edu/shapiro/trendsincompetition.pdf>.

²⁵ Barkai, Simcha. "Declining labor and capital shares." *The Journal of Finance* 75, Nr. 5 (2020): 2421-2463.

²⁶ Basu, Susanto. "Are price-cost markups rising in the United States? A discussion of the evidence." *Journal of Economic Perspectives* 33, Nr. 3 (2019): 3-22.

²⁷ Calligaris, Sara, Miguel Chaves, Chiara Criscuolo, Josh De Lyon, Andrea Greppi och Oliviero Pallanch. "Exploring the Evolution and the State of Competition in the EU." (2024). https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2024-06/KD0224126enn_exploring_aspects_of_the_state_of_competition_in_the_EU.pdf.

marginaler avspeglar olika former av konkurrenshämmande beteende av dominerande aktörer eller om de i stället avspeglar en teknologisk utveckling som ökat såväl skalfördelar som produktivitet? Goldin et al. menar att det för USA förefaller relativt klart att de ökade marginalerna i huvudsak drivs av att företag med höga marginaler vinner marknadsandelar.²⁸ De Loecker et al. finner dock också att företagen med de högsta marginalerna också ökar sina marginaler, samtidigt som de växer.²⁹

3.1.3 Studier av enskilda produktmarknader

Hur väl överensstämmer de resultat som studier på aggregerade data uppvisar med utvecklingen på enskilda marknader när de studeras separat? Sådana studier har ofta en annan ansats och tar sikte på efterfrågesidan, i stället för produktionsfunktionen, vilket kräver data på priser och kvantiteter. Med hjälp av sådana data kan efterfrågan estimeras, och marginalkostnaden infereras givet antagande om vilken typ av konkurrens som råder på marknaden.

Miller diskuterar ett antal amerikanska studier av olika produktmarknader (pakerade konsumentvaror, cementproduktion, grossister, stålindustri, biltillverkning och flygtrafik) i syfte att belysa hur dessa har utvecklats avseende koncentration och marginaler, samt orsakerna till utvecklingen.^{30, 31} I de tre första har teknologisk utveckling lett till minskade kostnader som bara delvis förts vidare till kunderna. Marknadsmakten har ökat men konsumenterna har samtidigt fått det bättre. På såväl stål- som bilmarknaden tycks marknadsmakten ha minskad som följd av den teknologiska utvecklingen. För stål har priserna sjunkit. För bilar har de stigit men inte i paritet till ökningen av kvaliteten. På flygmarknaden har marginalerna ökat samtidigt som priserna inte har stigit. Man kan notera att för de studier som Miller går igenom är teknologisk utveckling central. Huruvida marknadsmakten ökar eller minskar skiljer sig mellan branscher men inte i något av de studerade fallen har konsumenterna fått det sämre.

3.1.4 Slutsatser

Sammanfattningsvis förefaller koncentrationen i *branscher* mätta på hög aggregationsnivå ha ökat, i varje fall i USA, men det är oklart om koncentrationen ökat på relevanta *marknader*. Företagens marginaler tycks vidare ha ökat i USA men forskare inom fältet är oeniga om ökningen varit stor eller förhållandevis måttlig. Det finns färre europeiska studier varför det är oklart om företagens marginaler ökat i Europa

²⁸ Goldin, Ian, Pantelis Koutroumpis, François Lafond och Julian Winkler. "Why is productivity slowing down?." *Journal of Economic Literature* 62, Nr. 1 (2024): 196-268.

²⁹ De Loecker, Jan, Jan Eeckhout och Gabriel Unger. "The rise of market power and the macroeconomic implications." *The Quarterly Journal of Economics* 135, Nr. 2 (2020): 561-644.

³⁰ Miller, Nathan H. Industrial organization and the rise of market power. Nr. w32627. National Bureau of Economic Research, 2024. <http://www.nber.org/papers/w32627>.

³¹ Se även Berry et al, 2019.

eller inte. Vidare råder det oenighet om vad som orsakat de ökade marginalerna i USA och om ökningen drabbat konsumenterna negativt eller inte.

4 Ekonomiska mått som speglar konkurrens

Enligt en klassisk analys av Bain kan det vara informativt att skilja mellan struktur, beteende och resultat.³² Konkurrens, ämnet för den här rapporten, bör närmast ses som ett beteende medan exempelvis marknadskoncentration är ett strukturellt mått. Ur företagets synvinkel är lönsamhet ett resultat. Precis som det kan finnas en nära koppling mellan koncentration (struktur) och konkurrens (beteende), kan det finnas ett nära samband mellan konkurrens och lönsamhet. Nedan diskuteras olika möjliga mått på konkurrens, däribland mått på struktur och lönsamhet, men också flera mått på andra dimensioner av konkurrens.

Vi behandlar först olika typer av mått på marknadens struktur, som antal företag och koncentrationsmått. Därefter presenteras olika mått på marginaler och avkastning och i det sammanhanget diskuteras även kort inträdeshinder och marknadens storlek. Slutligen går vi igenom några mått på marknadsdynamik. Diskussionen av olika mått illustreras med diagram som visar hur måttet utvecklats över tid i ekonomin som helhet, där måttet tillämpas på alla produktmarknader (definierade som SNI-bransch på 5-siffernivå) nationellt och där dessa sedan vägs samman (viktas) i relation till försäljningen på respektive marknad. Som vi diskuterar senare i kapitel 6 är det för många mått viktigt att avgränsa marknaden väl för att måtten på ett bra sätt ska fånga konkurrensen. Då syftet i detta kapitel är att illustrera måtten på ett enhetligt sätt är vi här mindre bekymrade över att inte alla diagram, det vill säga inte alla sammanvägda mått, har någon meningsfull ekonomisk tolkning.

Frågan om hur konkurrens kan mätas har diskuterats i olika rapporter, däribland de nämnda rapporterna från Norge och Storbritannien,³³ där fokus ligger på tillämpningen av metoderna. Det finns också rapporter som huvudsakligen är inriktade på metod. I en rapport från OECD diskuteras relativt ingående olika dimensioner av konkurrens och hur dessa kan mätas, samt fördelar och begränsningar hos olika konkurrensindikatorer.³⁴ Först diskuteras strukturella konkurrensmått, där även marknadsdynamik ingår, och sedan resultatrelaterade mått, mått baserade på enkäter till företag och konsumenter samt andra mått.

En rapport från Copenhagen Economics, "Ekstern utredning om konkurransindikatorer og andre relevante analysemetoder", för det danska Fornyings- og administrations-departementet, går igenom ett stort antal (57 stycken) konkurransindikatorer.³⁵ I rapporten diskuteras kort den ekonomiska intuitionen för indikatorerna, eventuella problem och begränsningar samt tillgången på data. Man värderar även användbarheten utifrån teoretiska egenskaper och noterar i vilka länder eller

³² Bain, Joe S. "Relation of profit rate to industry concentration: American manufacturing, 1936–1940." *The Quarterly Journal of Economics* 65, Nr. 3 (1951): 293-324.

³³ Stemland Eide et al, 2022, och CMA, 2020, 2022.

³⁴ OECD, *Methodologies to measure market competition*, OECD Competition Committee Issues Paper, 2021.

³⁵ Copenhagen Economics, *Ekstern utredning om konkurransindikatorer og andre relevante analyse-metoder*. Rapport för Fornyings- og administrationsdepartementet. Köpenhamn, 2007.

sammanhang olika indikatorer har använts. Rapporten diskuterar också frågan om handel och import i viss utsträckning medan frågan om lokala eller nationella marknader inte nämnvärt berörs.³⁶

4.1 Mått på marknadens struktur och betydelse

4.1.1 Marknadsstruktur

Strukturen på en marknad kan vara en viktig bestämningsfaktor för hur konkurrensen på marknaden fungerar. Finns det bara ett företag har detta företag som regel goda förutsättningar att utnyttja sin marknadsposition till att exempelvis hålla lite högre priser eller att inte vara lika lyhörd för marknadens behov. Om marknaden har ett fåtal aktörer är konkurrensförutsättningarna något bättre men företagen kan ha skäl att agera strategiskt och beakta konkurrenternas agerande när det tar sina beslut om priser och kapacitet, vilket tenderar att dämpa konkurrensen. Sedan ökar också risken för parallellt beteende och karteller om det finns få aktörer på marknaden.³⁷

Betydelsen av en hög marknadskoncentrationen minskar dock om det förekommer importkonkurrens eller om det är lätt för aktörer i angränsande marknader att träda in. Eventuell marknadsstyrka förknippad med hög koncentration kan också vara temporär och exempelvis avspegla ett teknologiskt försprång på grund av en lyckad innovation. Inte desto mindre är marknadsstruktur en relevant indikator på förutsättningar för en väl fungerande konkurrens.³⁸

Det finns en rad mått som kan användas för att fånga marknadens struktur, som till exempel:

- Antalet företag på marknaden
- Den sammanlagda marknadsandelen för de N största företagen (CR-N), vilket brukar kallas koncentrationskvoter. Nedan används CR-4 och CR-10.
- Herfindahl-Hirschmans index (HHI eller Herfindahlindex), som utgörs av summan av företagens kvadrerade marknadsandelar.

³⁶ Det senare kan vara naturligt i sammanhanget då Danmark är avsevärt mycket mer geografiskt koncentrerat än Sverige, med 1/10 av ytan men drygt halva folkmängden, varav mer än en tredjedel bor i Köpenhamn med omnejd.

³⁷ I konkurrensrättsliga sammanhang brukar dessa två typer av mekanismer benämnas unilaterala respektive koordinerade effekter.

³⁸ Som vi framhållit ovan kan konkurrensen vara svag även om företagen inte har någon egentlig marknadsstyrka och inte kan uppnå mer än normal lönsamhet.

Marknadsandelarna i de två senare måtten brukar mätas som värdet av företagens försäljning delat med värdet av total försäljning på marknaden, men andra sätt att mäta kan förekomma. I vissa fall kan marknadsandelar mätas med antal sålda enheter, med produktionskapacitet, antal sålda enheter som fortfarande är i bruk eller annat lämpligt mått.

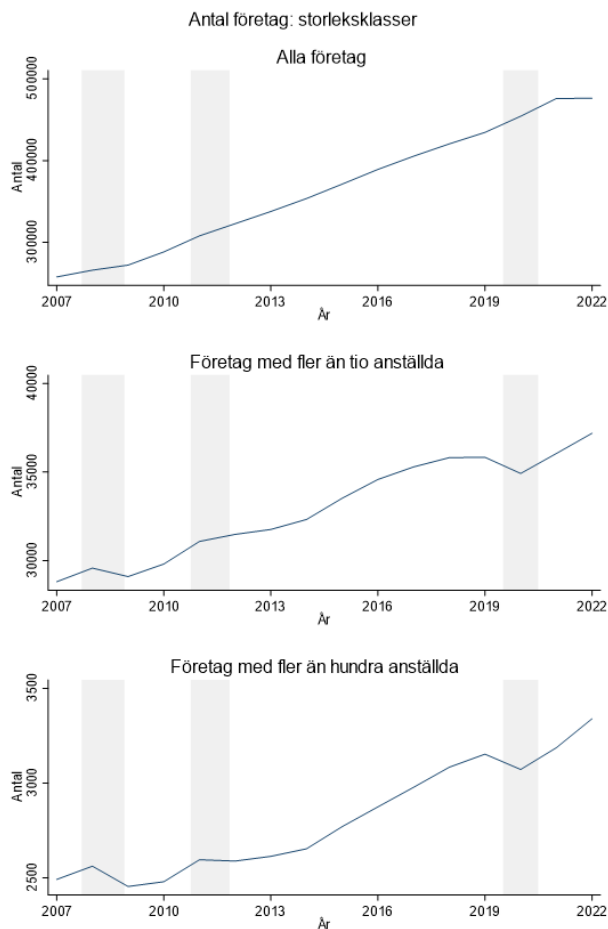
Antal företag

Antalet företag är ett till synes enkelt och rättframt mått på konkurrensen. Emellertid kommer många branscher att ha företag av väldigt varierande storlek, varav några är så små att de i allt väsentligt saknar betydelse för konkurrensen på marknaden. I figur 1 nedan kan vi exempelvis se att antalet företag i ekonomin som helhet har ökat förhållandevis kraftigt under perioden 2007–2022.³⁹ En möjlig förklaring till ökningen är regelförändringar såsom att revisorskravet avskaffades 2010 för små företag och att minsta kapitalinsats i aktiebolag samtidigt sänktes. En annan förklaring är lägre beskattning av kapital och relativt goda möjligheter att omvandla arbetsinkomster till kapitalinkomster. Det framgår att de allra minsta företagen ökat i antal betydligt snabbare än de större företagen. Totalt ökade antalet företag med mer än 80 procent under 2007-2022 medan företag med minst 10 eller minst 100 anställda ökade med cirka 30 procent eller ungefär lika mycket som real BNP. Därutöver illustrerar figur 1 också att antalet företag följer konjunkturutvecklingen.

Ökningen av antal företag är därmed sannolikt inte någon stark indikation på att konkurrensförhållandena i ekonomin har påverkats i någon väsentlig utsträckning.

³⁹ Vår huvudsakliga datakälla, databasen Serrano, har data för perioden 1998–2022. Som framgår i avsnitt 5, där vi beskriver data mer i detalj, så förändrades SCB:s branschindelning 2007. Vi har därför valt att bara använda data från 2007 och senare.

Figur 1 Utvecklingen av antalet företag över tidsperioden 2007–2022 i ekonomin som helhet



Not: Utvecklingen av antalet företag över tidsperioden 2007–2022 i ekonomin som helhet. Egna beräkningar utifrån data från Serranodatabasen. Gråmarkerade tidsintervall indikerar finanskrisen, Eurokrisen och Covid19-krisen.

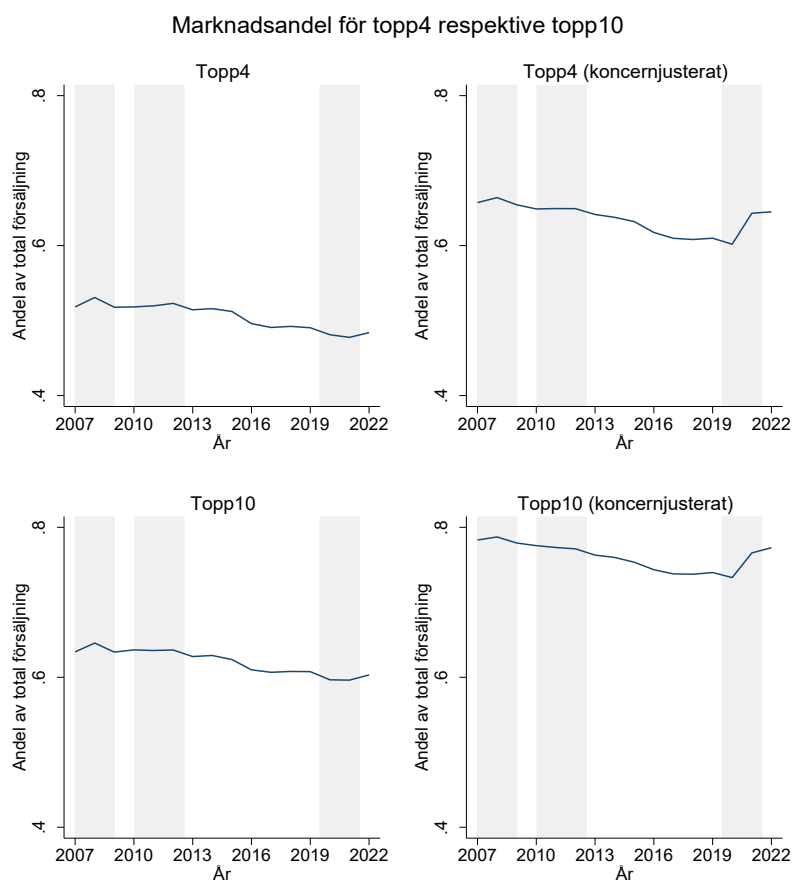
Koncentrationskvoter

Koncentrationskvoter är ett mer användbart mått, eftersom de tar hänsyn till företagens marknadsandelar. Koncentrationskvoten, $CR-N$, definieras som summan av de N största företagens marknadsandelar, där s_i är företag i :s marknadsandel och $s_i > s_j$ om $i < j$.

$$CR-N = \sum_{i=1}^N s_i \quad (1)$$

Vanliga mått är $CR-4$ och $CR-10$, som anger de fyra respektive de tio största företagens summerade andel av försäljningen. Om exempelvis en bransch består av tio exakt lika stora företag kommer $CR-4$ att vara 40 och $CR-10$ att vara 100.

Figur 2 Marknadsandel för topp4 respektive topp10



Not: Genomsnittet av CR-4 respektive CR-10 för alla marknader viktat med försäljningen på respektive marknad, utan respektive med justering för företagskoncerner. Egna beräkningar utifrån data från Serranodatabasen. Marknad definieras efter företagets branschtillhörighet utifrån SNI2007 på fem-siffernivå. Gråmarkerade tidsintervall indikerar finanskrisen, Eurokrisen och Covid19-krisen.⁴⁰

Vi ser i Figur 2 att såväl CR-4 som CR-10 indikerar att koncentrationen har minskat något i Sverige sedan 2007. CR-10 är som förväntat högre CR-4 men båda måtten uppvisar samma trend. Båda måtten visar att de största företagen tappat marknadsandelar som summerar till ungefär fyra procentenheter om vi bortser från koncernförhållanden. Denna minskning av koncentrationen har till största del skett under återhämtningen efter finanskrisen och Eurokrisen, men ser ut att ha avstannat under Covid19-krisen.

Det framgår också (till höger i figuren) att utvecklingen ser delvis annorlunda ut om vi tar hänsyn till att företag ibland ingår i samma koncern. När vi i stället beräknar koncentration på koncernnivå är såväl CR-4 som CR-10 cirka 15 procentenheter högre. Minskningen av koncentrationsgrad fram till Covid19-krisen är minst lika

⁴⁰ De gråmarkerade intervallen indikerar approximativt de olika krisperioderna. Finanskrisen startade i mitten av 2007 med återhämtning under 2010, Euro-krisen startade sent under 2009 och upphörde under 2012–2013 och Covidkrisen startade i början av mars 2020 för att klinga av mitten av 2021. Intervallen kan variera i storlek mellan olika figurer eftersom figureernas utseende kan påverkas när olika figurer kombineras i STATA. Vi har i görligaste mån försökt åtgärda detta.

uttalad med som utan hänsyn till koncernförhållanden men vi ser en ganska betydande ökning av koncentrationsgraden under Covid19-krisen i de koncernjusterade siffrorna som vi inte ser utan en sådan justering.

En svaghet med koncentrationskvotsmåtten är att de inte tar hänsyn till hur marknadsandelar fördelas mellan företagen; i de här fallen, de fyra respektive de tio största företagen. Antag till exempel att en marknad har fem företag som vart och ett har en marknadsandel på 20 procent och att en annan marknad har ett företag som har 77 procent marknadsandel och 23 företag med en procent vardera av marknaden. I båda fallen blir CR-4 lika med 80, men marknadernas karaktär är väsentligt olika.

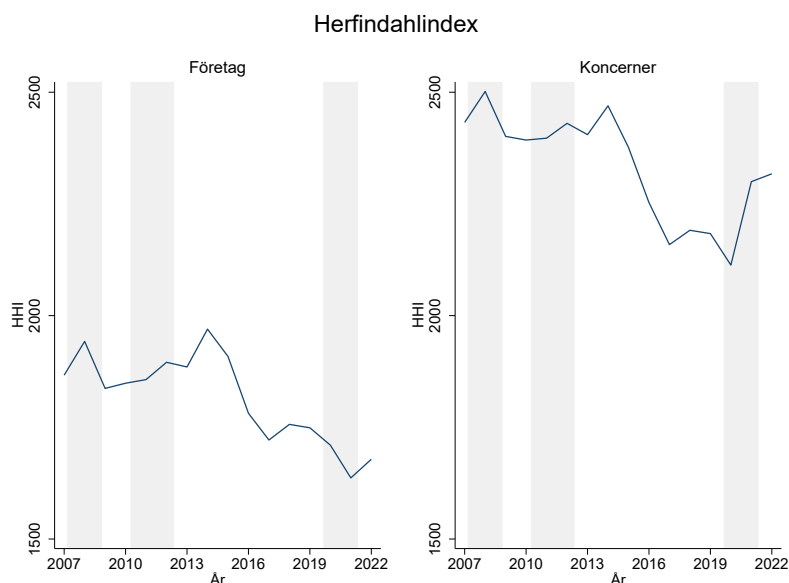
Herfindahl-Hirschman Index

Ett ofta använt mått som på ett bättre sätt tar hänsyn till hur marknadsandelarna fördelar sig mellan företag är det ovan nämnda Herfindahl-Hirschman index (HHI). Detta definieras som summan av kvadraten av företagens marknadsandelar.

$$HHI = \sum_{i=1}^N s_i^2 \text{ där } s_i \text{ är företag } i\text{:s marknadsandel.} \quad (2)$$

I exemplen ovan gäller att $HHI = 5 \times (20 \times 20) = 2000$ respektive $HHI = 77 \times 77 + 23 \times (1 \times 1) = 5952$. HHI signalerar alltså att den senare marknaden är betydligt mer koncentrerad. HHI kan anta värden mellan 0 och 10 000, där det senare motsvarar ett monopol och det förra en marknad med ett oändligt antal väldigt små företag.

Figur 3 Genomsnittligt HHI över alla marknader



Not: Genomsnittligt HHI över alla marknader, viktat med försäljningen på respektive marknad, utan respektive med hänsyn till koncernförhållanden. Egna beräkningar utifrån data från Serranodatabasen. Marknad definieras efter företagets branschtillhörighet utifrån SNI2007 på fem-siffernivå. Gråmarkerade tidsintervall indikerar finanskrisen, Eurokrisen och Covid19-krisen.

Enligt figur 3 pendlade HHI mätt på företagsnivå under perioden 2007 till 2015 kring 1900. Därefter skedde en relativt snabb och kraftig nedgång till knappt 1700. I likhet med figur 2 sammanfaller minskningen av koncentrationen med perioden efter finanskrisen. En minskning av HHI med cirka 250 enheter motsvarar att det största företaget tappar fyra procentenheter till mycket små företag om det största företags marknadsandel initialt uppgår till ungefär 33 procent.

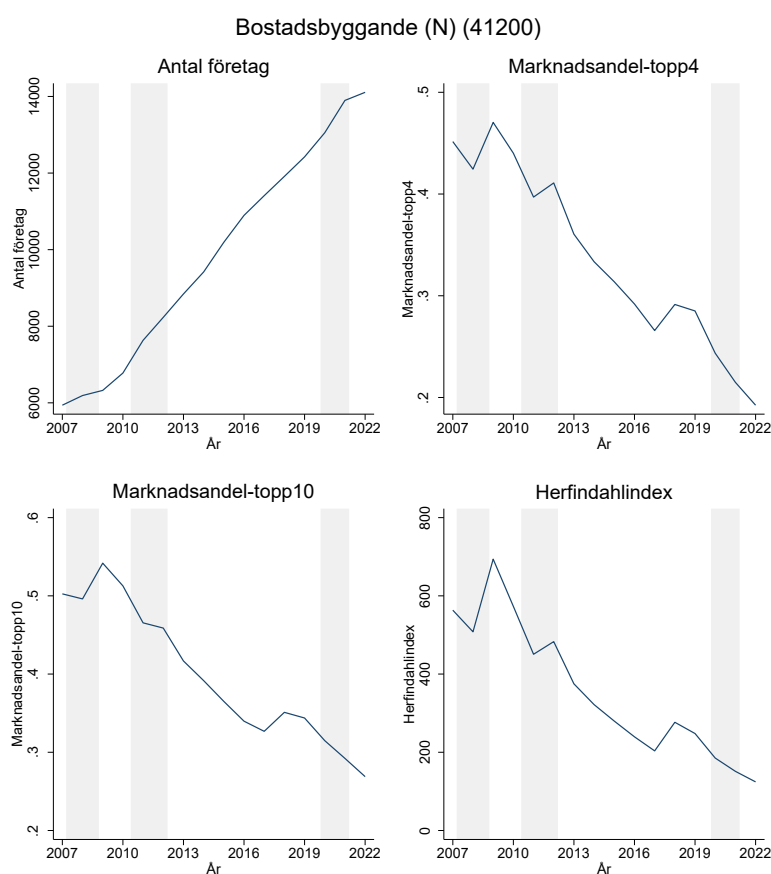
Enligt den högre delen av figuren är HHI klart högre när hänsyn tas till att en del företag ingår i samma koncern. Vi ser dock i stort sett samma trender fram till Covid19-krisen med en ganska stabil nivå fram till 2015 följt av en snabbt minskande koncentration. Därefter ser vi en snabb och påtaglig *ökning* av koncentrationen under krisen när HHI mäts på koncernnivå, vilket vi inte alls noterar när vi beräknar HHI på företagsnivå.

Ovanstående koncentrationstal kan sägas ta temperaturen på marknadsstrukturen i ekonomin som helhet. En viss nivå på HHI har emellertid inte någon uppenbar tolkning i termer av konkurrensförutsättningar eftersom måttet inte avspeglar koncentrationen på någon enskild marknad utan bara utgör ett genomsnitt för ekonomin som helhet. Jämförelser mellan länder säger inte så mycket heller eftersom skillnader påverkas av att olika länder har olika näringsstruktur och av att data samlas in och bearbetas på olika sätt.

Förändringar över tid kan däremot vara mer informativa. Ett fallande HHI, som i figuren, kan exempelvis tyda på att nya företag etableras och växer på många marknader och att mindre företag vinner marknadsandelar från tidigare dominanter, givet att näringsstrukturen är någorlunda stabil.⁴¹ Omvänt kan ett ökande HHI tyda på att konsolidering och ökande koncentration.

Om vi i stället betraktar en enskild marknad, bransch eller SNI-kod, kommer förändringar av de olika koncentrationsmåten vara närmare kopplade till konkurrensförutsättningarna. I figur 4 illustreras utvecklingen över tid för bostadsbyggande (SNI-41200).

Figur 4 Utveckling av marknadsstrukturen på marknaden för bostadsbyggande



Not: Utveckling av marknadsstrukturen på marknaden för bostadsbyggande (SNI41200: Byggnad av bostadshus och andra byggnader). Egna beräkningar utifrån data från Serranodatabasen. Gråmarkerade tidsintervall indikerar finanskrisen, Eurokrisen och Covid19-krisen.

⁴¹ Även i Norge och Storbritannien noteras fallande volymvägd HHI under ungefär motsvarande period.

I figur 4 ser vi en stark expansion av antalet företag på marknaden för bostadsbyggande och att marknaden uppvisar låg och vikande koncentration. Det kan nämnas att under perioden var antalet färdigställda enfamiljshus ganska konstant medan antalet färdigställda lägenheter i flerbostadshus mer än fördubblades.

Ett gränsvärde för väl fungerande respektive svag konkurrens

Om syftet med analysen är att på ett enkelt sätt identifiera marknader där det kan misstänkas att det finns konkurrensproblem behövs ett gränsvärde.⁴² Frågan är var en sådan gräns ska dras.

En tidigare livaktig litteratur studerade sambandet mellan koncentration och pris.⁴³ Forskningen inom industriell ekonomi har i stort sett lämnat denna fråga, varför litteraturen inte erbjuder några moderna trovärdiga generella svar på vid vilken nivå på HHI som konkurrensen börjar bli svag. Ett alternativ är därför att utgå från konkurrensmyndigheternas riktlinjer för horisontella förvärv.⁴⁴

Enligt EU:s riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer är det normalt oproblematiskt att två företag går samman, om de två företagens marknadsandel sammantaget understiger 25 procent.⁴⁵ Vidare sägs i riktlinjerna att det normalt inte finns några problem om HHI (efter koncentrationen) uppgår till högst 1000 samt att det bara under speciella omständigheter bör ses som ett problem om HHI (efter koncentrationen) uppgår till högst 2000 om ökningen av HHI, till följd av koncentrationen, är mindre än 250.

Enligt rättspraxis för dominerande ställning kan ett företag bara undantagsvis vara dominerande med en lägre marknadsandel än 40 procent. Givet vissa antaganden är en marknadsandel på 40 procent (eller något mindre än så) för det största företaget väl förenligt med ett HHI på 2000.⁴⁶

Utifrån litteraturen och konkurrensmyndigheternas och domstolarnas praxis förefaller det lämpligt att välja 2000 som gränsvärdet för när HHI signalerar svag konkurrens. Gränsvärdet är knappast meningsfullt att tillämpa på hela den svenska

⁴² Som diskuteras senare kan de schablonmässiga empiriska marknadsdefinitionerna underskatta koncentrationen om exempelvis många av de ingående företagen inte faktiskt tillhör samma relevanta marknad.

⁴³ Se till exempel Evans et al. (1993), Berry et al. (2019) och Bergman et al. (2017).

⁴⁴ Däremot finns litteratur om koordinerade effekter. Fler än tre-fyra företag anses ha svårt att koordinera priser och andra konkurrensparametrar. Levenstein och Suslow, 2016, skriver dock "the number of cartel members is rarely a significant predictor of cartel breakup or formation" med hänvisning till sina egna empiriska studier. Vidare finns en litteratur om effekten av företagskoncentrationer. Se till exempel Weinberg, 2008, och Gugler och Szücs, 2016. Här ligger fokus på *förändring* av koncentration. Nocke och Whinston (2022) argumenterar för att det bara är ökningen av koncentration vi bör bekymra oss för vid en koncentration. De menar också att med realistiska antaganden om synergier är nuvarande regler sannolikt alltför generösa. Utifrån författarnas analys hade det varit mer rimligt med ett gränsvärde för ökningen av HHI i storleksordningen 150 till 200.

⁴⁵ Riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, EUT C 31, 05.02.2004, punkt 18.

⁴⁶ Om företagets storlek är fördelade enligt Zips lag – ett fördelningsantagande som empiriskt stämmer väl – uppnås ett HHI på 2000 om det största företags marknadsandel är 35 procent. Enligt Zips lag skulle det näst största företaget ha hälften så stor marknadsandel som det största, det tredje största skulle ha en tredjedel av det största företags marknadsandel, det fjärde en fjärdedel och så vidare.

ekonomin men vi kan ändå notera att enligt figur 3 ligger det volymvägda genomsnittet för svenskt näringsliv strax under vår valda gräns om vi beräknar HHI utifrån företag. Om vi i stället beräknar HHI på koncernnivå blir resultatet klart över gränsvärdet. Gränsvärdet är mer relevant när data avser enskilda SNI-koder och därmed bättre svarar mot en marknad. Enligt figur 4 är HHI för bostadsbyggande långt under gränsvärdet.

4.1.2 Inträdeshinder

Förekomsten av inträdeshinder är en förutsättning för bristande konkurrens. Det är svårt att utnyttja och bibehålla marknadsstyrka om konkurrenter lätt och till låg kostnad kan träda in på marknader där avkastningen överstiger den marknadsmässiga. Inträdeshinder kan vara naturliga och exempelvis betingas av att teknologin uppvisar stora skalfördelar, eventuellt i kombination med höga transportkostnader som gör de relevanta geografiska marknaderna små. Som vi beskrivit ovan kan detta leda till svag konkurrens utan att företagen egentligen har någon marknadsstyrka och utan att de nödvändigtvis har möjlighet till hög kapitalavkastning.

Inträdeshindren kan också vara regulatoriska och betingas av lagstiftning eller standarder. En närliggande typ av inträdeshinder är patent och teknisk know-how. Inträdeshinder kan också vara strategiska och betingas av hur etablerade företag väljer att agera på marknaden. Exempelvis kan dominerande företag investera i överkapacitet eller låsa upp kunder i långa kontrakt för att avskräcka potentiellt inträde. Med den här typen av inträdeshinder är det mer sannolikt att genuin marknadsstyrka uppstår och att företagen därmed kan uppnå högre än normal lönsamhet.

Det kan vara svårt att hitta direkta indikatorer på inträdeshinder i tillgänglig näringsstatistik. Därtill kan det vara svårt att skilja inträdeshinder som bidrar till marknadsstyrka och hög lönsamhet från inträdeshinder som visserligen ger höga priser och begränsar antalet konkurrenter men som egentligen inte hindrar konkurrens *om* marknader och som därför inte leder till hög lönsamhet. Däremot kan inträdeshinder indirekt avspeglas i vilken utsträckning det faktiskt förekommer nyinträde på marknader. Vi diskuterar den typen av mått i avsnitt 4.3 som behandlar mått på marknadsdynamik.

4.1.3 Marknadens storlek

Marknadens struktur kan, enligt ovan, påverka förutsättningarna för väl fungerande konkurrens på såväl små som stora marknader. På en lokal marknad med ett litet befolkningsunderlag kommer marknadskoncentrationen för många av de verksamheter som finns på orten sannolikt att vara mycket hög. Samtidigt kan inträdesbarriärerna vara låga. Det är det svaga ekonomiska underlaget som gör att få företag kan etablera sig vilket leder till hög koncentration. Inte ens en monopolställning medför särskilt hög lönsamhet under sådana omständigheter och det finns inga

rimliga policyåtgärder som kan åtgärda marknadsstrukturen då grundproblemet, om det alls är ett problem, är att orten är liten.

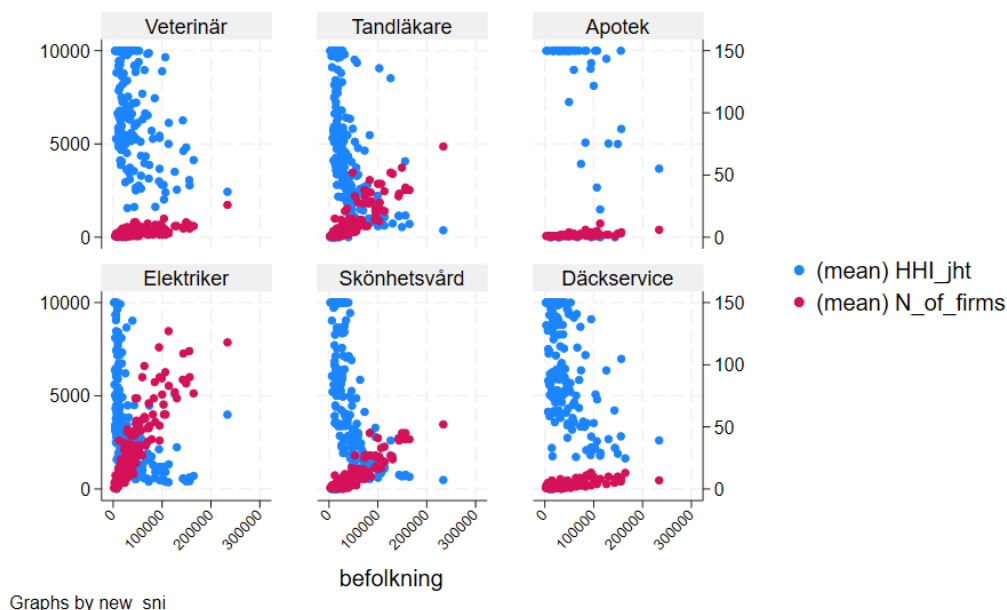
När konkurrensen *om* små lokala marknader är hård kan vi förvänta oss att det kommer att etableras så många näringsidkare i en bransch som orten kan bära med normal lönsamhet. För en riktigt liten ort kanske det precis finns plats för en. En något större ort kan rymma ytterligare ett företag, men eftersom det nu uppstår konkurrens mellan företagen behöver befolkningsunderlaget vara mer än dubbelt så stort för att företagen ska gå runt, eftersom marginalen per kund är lägre. Konkurrensen ökar om marknaden kan bära fler företag men den effekten avtar successivt varför man så småningom kan förvänta sig ett i stort sett linjärt samband mellan befolkningsunderlaget och antalet företag.⁴⁷

Den här typen av inträdesdynamik, som egentligen är ett uttryck för väl fungerande konkurrens på en övergripande nivå, innebär att strukturella mått på svag konkurrens (hög koncentration) kommer att indikera konkurrensproblem för produkter där de geografiska marknaderna är små. Som vi framhållit ovan kommer konkurrensen ur konsumenternas synpunkt att upplevas som svag, med få alternativa leverantörer och kanske också höga priser. Samtidigt saknar företagen marknads-makt – i betydelsen förmåga att långsiktigt upprätthålla en högre lönsamhet än den som motsvarar normal avkastning – och det finns inga rimliga policyåtgärder som kan lösa konkurrensproblemen.

Figur 5 illustrerar hur storleken på en kommun, mätt som antalet kommuninnevånare, är relaterad till antalet företag (röda prickar) med veterinärtjänster, däckservice, apoteksverksamhet, skönhetsvård, elektrikerverksamhet och tandläkarverksamhet, och motsvarande HHI (blå prickar). Framför allt för elektrikerverksamhet, tandläkare och skönhetsalonger ser vi det förväntade sambandet mellan antal företag, HHI och kommunens storlek: koncentrationen minskar i takt med att befolkningen ökar. För veterinärverksamhet, apoteksverksamhet och däckservice, där det finns stora nationella aktörer blir sambanden svagare. Antalet verksamhetsställen kan mycket väl växa på samma sätt som för de andra branscherna men inte antalet företag. I dessa branscher är också koncentration mätt som HHI därför ofta betydligt högre.

⁴⁷ En studie av Breshnahan och Reiss (1991) visar att när en marknad har mellan tre och fem företag upphör effekten på konkurrensbeteendet av ytterligare inträde.

Figur 5 Antal företag och koncentration mätt som HHI i olika tjänstebranscher och kommunstorlek under 2020



Not: Egna beräkningar utifrån data från Serranodatabasen.

Vi kan alltså förvänta oss högre koncentration när de relevanta marknader är små, samtidigt som det inte är uppenbart att hög koncentration bör tolkas som ett problem. Av detta skäl men även på grund av att data vanligen är nationell finns anledning att skilja mellan marknader som är internationella, nationella respektive lokala. Vi återkommer till detta i kapitel 6.

Marknadens storlek och identifiering av marknader med svag konkurrens

När omsättnings- och redovisningsdata används för att identifiera marknader med svag konkurrens finns det goda skäl att fokusera på lite större marknader. Marknader behöver vara av en viss storlek för att vara relevanta ur policysynpunkt; när marknaden är liten är omfattningen av ett eventuellt konkurrensproblem rent kvantitativt begränsat. Det finns också anledning att tro att inträdeshindren är måttliga om marknadens omsättning är liten. En liten marknad kan inte bära stora kapitalkostnader och därmed blir kapitalkostnaderna måttliga för en eventuell utmanare. Därtill saknas det alltså normalt policyåtgärder som kan förbättra konkurrensen.

Mot denna bakgrund är det rimligt att i en nationell konkurrensstudie avgränsa bort alltför små potentiella marknader. För att inte avgränsa bort eventuellt reella konkurrensproblem sätter vi en tämligen konservativ gräns på en årlig omsättning på 100 miljoner kronor.^{48, 49}

4.2 Mått på marginaler, avkastning och vinst

En indikation på bristande konkurrens på en marknad eller i en bransch är att företagen i genomsnitt är mer lönsamma än vanligt, det vill säga än näringslivet i stort. Vi förväntar oss alltså ett negativt samband mellan lönsamhet och konkurrens. Men svag konkurrens kan också göra det möjligt för mer ineffektiva företag att vara kvar på marknaden, vilket gör att vi skulle kunna förvänta oss att både större företag med högre marginaler och mindre företag med små marginaler kan finnas på marknader med svag konkurrens. Det vill säga, det kan vara en större spridning i lönsamhet på en sådan marknad.

Det finns en mängd olika lönsamhetsmått, med olika för- och nackdelar. En uppdelning är mellan resultatmått som ligger "långt upp" respektive "långt ner" i resultaträkningen. Resultatmått som ligger "långt upp" kan i mindre utsträckning påverkas av val företaget kan göra i bokföringen, däribland så kallade bokslutsdispositioner, men sådana mått utesluter samtidigt kapitalkostnader, inte minst avskrivning, som ju är en reell kostnad. Resultatmått "långt ned" är i detta avseende mer korrekta – men som sagt också mer känsliga för hur företaget väljer att redovisa sina kostnader.

För att resultatmått ska vara jämförbara mellan företag och mellan marknader måste måtten vara relativa. Resultat kan sättas i förhållande till omsättning (marginal) eller till investerat kapital (avkastning). En annan viktig uppdelning är följaktligen mellan marginalmått, som relaterar något resultat- eller överskottsmått till omsättning, och avkastningsmått, som relaterar ett resultat- eller överskottsmått till ett mått på hur mycket kapital företaget använder.

På marknader med höga fasta kostnader i förhållande till omsättningen behöver företagen högre marginaler på sin försäljning för att kunna täcka dessa kostnader än vad som är fallet på en marknad med låga fasta kostnader. Att vi observerar höga marginaler behöver alltså inte vara ett problem, det kan tvärt om vara en nödvändighet i vissa branscher. I kapitaltunga branscher – i varje fall i branscher med stort bokfört kapital i förhållande till omsättning – är det därför ofta mer relevant att se på kapitalavkastningsmått. I appendix redovisar vi en empirisk analys av sambandet mellan kapitalintensitet, marginal och kapitalavkastning i vårt datamaterial.

⁴⁸ Som jämförelse anger konkurrenslagen att gränsen för att ett förvärv skall vara anmälningspliktigt att de berörda företagens sammanlagda omsättning överstiger en miljard kronor och att minst två av dess har haft en omsättning i Sverige som överstiger 200 miljoner kronor.

⁴⁹ Gränsvärdet kan behöva justeras med hänsyn till typ av marknad och typ av strukturaffär.

Analysen indikerar att det finns ett positivt samband mellan marginal och kapitalintensitet.

I branscher där behovet av rörelsekapital (eller "synligt" rörelsekapital) är litet kan tvärtom kapitalavkastningsmätt bli missvisande. Detta gäller exempelvis detalj- och partihandelsbranscher med hög omsättning i förhållande till rörelsekapital och i synnerhet om handelsföretaget är i den gynnsamma situationen att det får betalt av kunderna innan det behöver betala leverantörerna. Men det kan också gälla sådan tillverkningsindustri där det mest värdefulla kapitalet är patent, know-how, varumärken och kundrelationer – som ofta bara i låg grad återfinns som en tillgång i företagets balansräkning, det vill säga som bara delvis är "synligt". Med ett lågt redovisat kapital i relation till resultat kommer kapitalavkastningen att bli missvisande hög och dessutom känslig för tillfälligheter och företagets egna val när det gäller balansräkningsposter.

Tolkningen av kapitalavkastnings- eller räntabilitetsmätt måste vidare ta hänsyn till den icke diversifierbara risken i verksamheten. Hög kapitalavkastning behöver inte betyda att konkurrensen på en marknad är svag utan kan ha sin grund i att företag gjort stora och riskabla investeringar. Inte minst för investeringar i FoU, med stor risk att helt misslyckas, måste vinsten om investeringen lyckas *ex post* vara mycket stor för att göra investeringen *ex ante* lönsam. Detta gäller exempelvis forskande bolag som försöker ta fram nya läkemedel.

4.2.1 Marginalmätt

I branscher med låg kapitalintensitet beroende på låga fasta kostnader eller snabb kapitalomsättningen, kan alltså marginal vara ett bra mätt på konkurrenstryck. Exempelvis används ofta netto- och bruttomarginaler vid analyser av handelsföretag och bruttomarginaler vid analyser av verkstadsbolag.

Vi redovisar här hur olika marginalmätt kan beräknas utifrån den resultaträkning som visas i tabell 1, baserad på Serranodatabasens dokumentation.⁵⁰ Databasen hämtar bokslut från Bolagsverket och därmed från i princip alla svenska aktiebolag, vilka är skyldiga att skicka sina bokslut till myndigheten. (Se även kapitel 4.)

Innan vi startar analysen kan det vara bra att kort framhålla några egenskaper som är viktiga för analysen. I Serranodatabasen finns information om branschtillhörighet (primär SNI-kod), en justering görs för brutna räkenskapsår; långa och korta bokslutsperioder; inträde; utträde och för många andra dataproblem. Genom olika anpassningar och justeringar kan man studera hur företag utvecklas över tid och jämföra hur olika företag utvecklas inom *samma* bransch. Detta underlättar analysen och är ett viktigt skäl till att Serranodatan används i denna rapport.

⁵⁰ Se Weidenman (2016).

Men det finns också nackdelar. En närmare granskning visar brister när gäller möjligheten att beräkna detaljerade marginaler. "Övriga rörelsekostnader" i tabell 1 beräknas exempelvis genom att aggregera kostnader för råvaror och förnödenheter, handelsvaror, externa kostnader och övriga externa kostnader. De två första posterna är mer associerade med rörliga kostnader emedan de två sista posterna är mer associerade med fasta kostnader. Denna aggregering leder till att den empiriska implementeringen av vissa marginalmått kommer att bli mer approximativ.

Det kan vara värt att notera att det i princip är möjligt att bryta upp "Övriga rörelsekostnader" i dess olika komponenter genom att använda den bokslutsdata som Serranodatabasen bygger på. Men då måste företagets bokslut justeras för brutna räkenskapsår, långa och korta bokslutsperioder med mera, vilket innebär ett betydande merarbete. Det har inte funnits utrymme för ett sådant arbete i denna rapport.

Tabell 1 Rörelseresultat, resultat efter finansnetto och årets resultat i Serranodatan

Intäkt/kostnad	Variabelbeteckning i Serrano:	Beskrivning i Serrano	Serranodokumentation (Avsnitt)
+ Intäkter	rr01_ntoms	Nettoomsättning (omsättning exklusive moms)	1.4.2
+ Övriga rörelseintäkter	rr02_rointov	Innehåller lagerförändring och aktiverat arbete	1.4.3
+/- Jämförelsestörande poster	rr03_jfrst		1.4.6
- Personalkostnader	rr04_perskos	Löner och sociala avgifter	1.4.9
- Avskrivningar och amorteringar	rr05_avskriv		1.4.11
- Övriga rörelsekostnader	rr06_rorkoov	Inkluderar råvaror, förnödenheter, handelsvaror och externa kostnader och övriga externa kostnader.	1.4.12, 1.4.13
= <u>Rörelseresultat</u>	rr07_rres	"EBIT" (Earnings before Interest and Taxes), "Operating profit"	1.4.14
+ Finansiella intäkter	rr08_finintk	Inkluderar exempelvis ränta från banker och ränta och vinster från dotterbolag	1.4.15
- Finansiella kostnader	rr09_finkostn	Inkluderar t ex ränta till banker och ränta och aktieutdelning till moderbolag	1.4.20
= <u>Resultat efter finansnetto</u>	rr12_resefin	Resultat efter finansnetto	1.4.27
+/- Bokslutsdispositioner	rr13_bsldisp	Bidrag till eller från moderbolag (ibland av skatteskäl), bidrag från aktieägarna etc.	1.4.28
- Skatter	rr14_skatter		1.4.34
= <u>Årets resultat</u>	rr15_resar	"Nettovinst"	1.4.35

Not: Se Weidenman, 2016, för en mer utförlig beskrivning av definitioner med mera.

Lerner-index och vinst-kostnadsmarginal (PCM)

Den nationalekonomiska litteraturen använder kostnads- och intäktsmått som inte direkt kan avläsas ur redovisningsdata men som i varje fall i teorin är direkt relaterade till företagets prissättning. I nationalekonomisk teori används ofta ett företags förmåga att sätta priser över marginalkostnaden som ett mått på marknadsmakt. Ett konkret sådant mått är det så kallade Lerner-indexet, som utgörs av skillnaden mellan priset (P) och företagets marginalkostnad (MC), i relation till priset.

$$L = \frac{P - MC}{P} \quad (3)$$

Måttet har en rättfram ekonomisk-teoretisk koppling till konkurrens. Ett vinstmaximerande företag har incitament att sätta priset så att

$$L = \frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{\varepsilon(P)}$$

där $\varepsilon(P)$ betecknar efterfrågans priselasticitet för företaget och avspeglar det konkurrenstryck företaget upplever.⁵¹ Om en liten prishöjning kraftigt minskar efterfrågan på företagets produkter är företagets utrymme att höja priset över marginalkostnaden mycket begränsat. Tolkningen är att företaget möter ett hårt konkurrenstryck, exempelvis genom att det finns många konkurrenter som erbjuder liknande produkter, eller att andra faktorer begränsar företagets marknadsmakt.

Företags priselasticitet är sällan observerbar, men sambandet ovan innebär att Lernerindexet L avspeglar konkurrenssituationen och därför skulle kunna vara en bra konkurrensindikator. En svårighet är att redovisningsdata vanligtvis saknar mått på såväl marginalkostnader som priser.⁵² I brist på detta kan genomsnittliga rörliga kostnader (AVC) vara en tillgänglig approximation av marginalkostnader och genomsnittsintäkt kan användas i stället för pris.⁵³ Eftersom volym finns i både täljare och nämnare är det inte ett problem att vi saknar volym- och prisuppgifter. Pris-kostnadsmarginalen (Price-cost margin, PCM) kan beräknas enligt:

$$PCM = \frac{PQ - TVC}{PQ} = \frac{P - AVC}{P} \quad (4)$$

⁵¹ Detta samband avspeglar första ordningens villkor för företagets vinstmaximering. Elasticiteten mäter hur många procent företagets försäljning minskar om det höjer priset en procent. Företags priselasticitet är typiskt sett högre än marknadens priselasticitet, som mäter hur marknadsefterfrågan påverkas om alla företag höjer priset en procent.

⁵² Den typen av detaljerade data som behövs för att beräkna marginalkostnader är ofta känsliga och betraktas därför som en företagshemlighet. Motsvarande gäller i stor utsträckning även för priser. Även om priserna i sig är publika kan faktiska transaktionspriser och genomsnittspriser vara känslig information.

⁵³ För ett företag med avtagande skalavkastning som tar marknadspriset som givet kommer en sådan approximation dock att överskatta marginalen då $MC > AVC$ vid optimal produktionsvolym. Det är inte heller enkelt att beräkna AVC eller P eftersom bokföringsdata oftast inte innehåller antal sålda varor eller tjänster utan endast de totala intäkterna.

Det vill säga, pris-kostnadsmarginalen beräknas som totala intäkter minus totala rörliga kostnader delat med totala intäkter.⁵⁴ Med utgångspunkt från tabell 1 kommer vi med Serranodata mäta detta som:

$$PCM = \frac{\text{Intäkter} - (\text{övriga rörelsekostnader} + \text{personalkostnader})}{\text{Intäkter}} \quad (5)$$

där igen övriga rörelsekostnader inkluderar bland annat kostnader för sålda varor, såsom råvarukostnader, inköp av varor för vidare försäljning och köpta tjänster. För ett företag som bara säljer en produkt ligger detta mått inte allt för långt ifrån Lerner-indexet, förutsatt att det är rimligt att anta att alla lönekostnader men inga kapitalkostnader är rörliga med försäljningsvolymen. Mätt på marknadsnivå säger måttet förhoppningsvis något om den genomsnittliga förmågan att sätta priser över rörliga kostnader. För ekonomin som helhet kan utvecklingen över tid säga något om hur konkurrensklimatet utvecklas givet att branschstruktur och teknologi är någorlunda stabila.

PCM mäter täckningsbidrag eller vinst per tillkommande försäljningskrona. Ett snarlikt mått är "mark-up" eller vinstpåslaget i förhållande till marginalkostnaden:

$$\text{Mark-up} = \frac{PQ}{cQ} = \frac{P}{c} \quad (6)$$

Mark-up har bland annat använts i flera av de inflytelserika studier som funnit indikationer på att konkurrensen försvagats under de senaste decennierna, däribland De Loecker et al. (2020).

Vinstpåslag

Åter uppstår problemet med tillförlitliga data på marginalkostnaden MC. *Vinstpåslaget* eller "mark-up" beräknas därför som:

$$\text{Vinstpåslag} = \frac{\text{Intäkter}}{\text{Övriga rörelsekostnader} + \text{personalkostnader}} \quad (7)$$

En fördel med vinstpåslag är att det inte kan anta negativa värden. Detta gör att vi kan använda en logaritmisk transformation så att de statistiska egenskaperna hos måttet förbättras.

⁵⁴ Vi kan inte bedöma i vilken utsträckning funktionellt uppdelade resultaträkningar utgör underlag för data. Om de gör det kan den här beskrivna metoden bli missvisande.

Bruttomarginal

Vi beräknar även ett antal ytterligare mått. Det första är bruttomarginalen (gross margin), definierad som:

$$\text{Bruttomarginal} = \frac{\text{Intäkter} - \text{Övriga rörelsekostnader}}{\text{Försäljning}} \quad (8)$$

Som visas i tabell 1 beräknas PCM, vinstpåslag och bruttomarginal från information "högt uppe" i resultaträkningen. När vi beräknar marginalmått som baseras på poster nedåt i resultaträkningen påverkas vinsten av andra typer av intäkter, av- och nedskrivning av kapital, finansiella kostnader och intäkter, skatter och bokslutsdispositioner.

Rörelsemarginal

Rörelsemarginalen (operating margin eller EBIT-marginal) relaterar rörelseresultatet till försäljningsintäkterna:

$$\text{Rörelsemarginal} = \frac{\text{Rörelseresultatet}}{\text{Intäkter}} \quad (9)$$

där användningen av de olika posterna för att beräkning av rörelseresultatet finns i tabell 1.

Rörelseresultatet och därmed rörelsemarginalen påverkas av avskrivning och nedskrivning av kapital och av justering för jämförelsestörande poster. Här beaktar vi alltså mer av fasta kostnader, vilket ger en långsiktigt mer rättvisande bild av företagets lönsamhet. Samtidigt hamnar analysen längre ifrån marginalvillkoren för (kortsiktigt) vinstmaximerande prissättning, där fasta kostnader inte spelar in. Om den ekonomiska referenspunkten i stället är långsiktig jämvikt, det vill säga konkurrens även om inträde eller kapacitetsutbyggnad, kan mått som inkluderar fasta kostnader vara mer betydande för konkurrenssituationen. På kort sikt, givet befintlig kapacitet och utan beaktande av kostnaderna för denna, har företag positiva marginaler. Men fritt inträde eroderar vinsterna så att priset i princip inte är högre än vad som krävs för att täcka kostnaden för inträde och kapacitetsutbyggnad.

Vinstmarginal

Vinstmarginalen (profit margin) beräknas genom att relatera resultatet efter finansiella intäkter till försäljningsintäkterna:

$$\text{Vinstmarginal} = \frac{\text{Rörelseresultat} + \text{finansiella intäkter}}{\text{Intäkter}} \quad (10)$$

Vinstmarginalen kan beräknas före eller efter skatt, beroende på aktuellt regelverk.

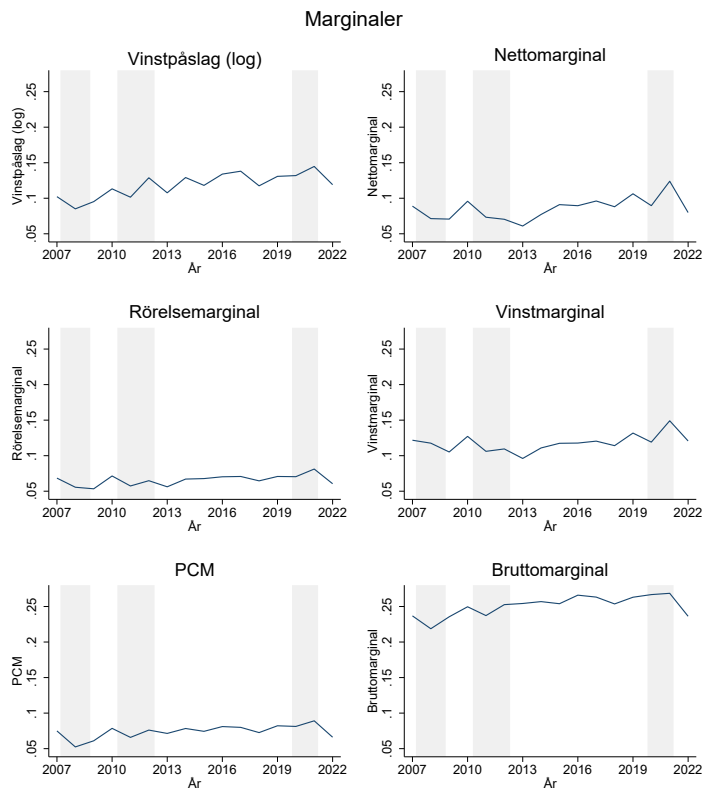
Nettomarginalen

Slutligen beräknas nettomarginalen. Denna fås genom att relatera årets resultat till företagets intäkter:

$$\text{Nettomarginal} = \frac{\text{Årets resultat}}{\text{Intäkter}} \quad (11)$$

Skillnaden mellan vinstmarginal och nettomarginal är att finansiella kostnader dras från vinsten när årets resultat beräknas samt att effekten av bokslutsdispositioner räknas in. (Om skatt inte redan räknats bort ska även den subtraheras.)

Figur 6 Marginaler, genomsnittliga (dubbel-viktade) marginalmått för ekonomin som helhet



Not: Genomsnittliga (dubbel-viktade) marginalmått för ekonomin som helhet: Inom varje fem-siffrig bransch, beräknas ett viktat genomsnitt för varje marginal, där företagens marknadsandelar används som vikter. Därefter skapas ett viktat genomsnitt för hela ekonomin, där de olika branschernas andel av den totala försäljningen i hela ekonomin används som vikter. Marknad definieras efter företagets primära branschtillhörighet utifrån SNI-2007 på fem-siffernivå. Gråmarkerade tidsintervall indikerar finanskrisen, Eurokrisen och Covid19-krisen. Data: Serranodatabasen.

Figur 6 visar sex olika marginalmått för hela ekonomin, igen över tidsperioden 2007–2022. Varje marginal har här beräknats som ett ”dubbelviktat” genomsnitt:

1. För varje fem-siffrig bransch skapas ett viktat genomsnitt av exempelvis företagens rörelsemarginal, där företagens andelar av branschens försäljning används som vikter. Om större företag har högre rörelsemarginal än mindre företag kommer den viktade genomsnittliga rörelsemarginalen i branschen att bli högre än om ett oviktat genomsnitt skulle använts.
2. Hela ekonomin rörelsemarginal (exempelvis) skapas genom att alla branschers marginaler vägs ihop med vikter som motsvaras av respektive bransch andel av den totala försäljningen för alla branscher.

Det framgår att nivåerna skiljer sig betydligt mellan de olika måtten, vilket är enligt förväntan då måtten i olika grad inkluderar fasta kostnader, finansiella kostnader, skatter och då olika nämnare används i beräkningarna. Som nämnts ovan är bruttomarginal, PCM och vinstpåslag beräknade med poster långt upp i resultaträkningen. Därmed är de mer relaterade till företagets kortsiktiga prissättningsbeslut och de utgår från bokslutsposter som är svåra att manipulera.

Måtten rörelsemarginal, vinstmarginal och nettomarginal ligger successivt längre ned i balansräkningen och inkluderar därmed successivt fler av företagets kostnader men är också successivt mer möjliga för företagen att påverka. Vinst- eller rörelsemarginal är troligen de mått som är mest relevanta för långsiktig analys eftersom de inkluderar fasta kostnader men inte påverkas av bokslutsdispositioner eller av hur företaget väljer att finansiera sig. Exempelvis kan så kallade räntesnurror användas för att sänka det redovisade resultatet i ett bolag och ta fram motsvarande vinst i ett ägarbolag. (Som förmodligen har lägre skattesats.)⁵⁵ Här bör dock noteras att företagets samlade nettomarginal är högre än deras samlade rörelsemarginal, vilket tyder på att finansiella intäkter sammantaget är större än finansiella kostnader.

Oavsett vilken marginal som väljs indikerar figur 6 en utveckling mot något högre marginaler i ekonomin som helhet sedan finanskrisen. Alla mått visar också en ökning under 2021 och därefter en minskning under 2022.

4.2.2 Avkastningsmått: ROIC, ROCE, ROA och ROE

Som nämnts kan marginaler vara ett missvisande mått på hur konkurrensen fungerar i branscher med höga fasta kostnader relativt omsättningen och låg kapitalomsättningshastighet. I sådana branscher krävs ibland väldigt höga marginaler för att kapitalavkastningen ska bli rimlig och höga marginaler behöver därför inte signalera svag konkurrens. Ur ett teoretiskt perspektiv är avkastning på sysselsatt

⁵⁵ Rörelseresultat eller resultat efter finansiella intäkter kan relateras till företagets sysselsatta kapital för att beräkna avkastning på sysselsatt kapital, vilken i sin tur kan jämföras med relevant kapitalkostnad.

kapital kanske det mest korrekta måttet på långsiktig marknadsmakt och därmed väl fungerande konkurrens. På väl fungerande marknader förväntar vi oss att inträde ska ske intill dess att företagen på marknaden får normal (riskjusterad) avkastning på sitt kapital.

Som vi noterat kan dock höga fasta, eller "sänkta" (ej återvinningsbara), kostnader samtidigt i sig försvaga konkurrensen i en bransch, sett ur köparnas synvinkel, genom att bidra till en koncentrerad marknadsstruktur. I extremfallet kan de fasta kostnaderna vara så höga, i förhållande till marknadens storlek, att endast ett företag kan etablera sig med lönsamhet.⁵⁶

Det finns en rad olika avkastningsmått som skiljer sig lite åt både med avseende på vilket mått på resultat, eller vinst, som används i täljaren och vilket kapital detta ska delas med. Det vill säga vilket kapitalmått som ska användas som nämnare.

Enligt avsnitt 4.1 finns ett antal vinstmått att välja mellan, olika högt upp eller långt ner i resultaträkningen. Ett vanligt vinstmått är rörelseresultat eller EBIT (Earnings Before Interest and Taxes), vilket mäter resultatet före finansiella nettokostnader och skatter. Högre upp i resultaträkningen återfinns EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) som inte innehåller avskrivningar och avskrivningar (se bruttomarginal och vinstpåslag ovan). Fördelen med EBITDA-marginal i förhållande till EBIT-marginal är att den förra inte påverkas av nedskrivningar och avskrivningar – vilka i viss mån kan väljas av företagen men vilka också kan påverkas av exempelvis förändrade marknadspriser på balansräkningsposter. Men detta är också en nackdel eftersom avskrivningar är en del av företagets faktiska kostnader.

ROA, ROCE och ROE

Avkastningen beräknas som kvoten mellan vinsten och lämpligt mått på kapital. Vanligt använda mått är exempelvis ROA (Return on Assets) och ROCE (Return on Capital Employed). ROA är kvoten mellan vinst efter skatt och finansiella kostnader och samtliga tillgångar. ROCE är vinst genom tillgångar minus kortfristiga skulder. Ett närliggande mått är ROIC (Return on Invested Capital) där nämnaren är investerat kapital, definierat som långfristiga skulder plus eget kapital minus överskottslikviditet. För enkelhets skull, väljer vi att fokusera på ROA och ROCE.

$$ROA = \frac{\text{rörelseresultat} + \text{finansiella intäkter}}{\text{totala tillgångar}} \quad (12)$$

$$ROCE = \frac{\text{rörelseresultat} + \text{finansiella intäkter}}{\text{totala tillgångar} - \text{kortfristiga skulder}} \quad (13)$$

⁵⁶ Detta kallas ibland naturligt monopol även om den vanliga definitionen inom nationalekonomi är att kostnadsfunktionen är sub-additiv. Det vill säga, att kostnaden för att producera den totala (eller aktuella) volymen är lägre med ett företag än med två eller flera verksamma företag.

Med ett snävt kapitalmätt (ROIC) ligger fokus på företagets operationella effektivitet; med ett bredd kapitalmätt (ROA) inkluderas även effektivitet i kapitalanvändning och -struktur. Nämda tre avkastningsmått kan jämföras med företagets riskjusterade kapitalkostnad, WACC (Weighted Average Cost of Capital), där en positiv skillnad kan tolkas som en övervinst eller, ur företagets synpunkt, som en effektivt bedriven verksamhet.⁵⁷

Ytterligare ett avkastningsmått är ROE (Return on Equity) där nämnaren i stället är (justerat) eget kapital.⁵⁸ Perspektivet är här aktieägarens eftersom fokus ligger på hur stor avkastningen är just på det egna kapitalet.

$$ROE = \frac{\text{Årets resultat}}{\text{Justerat eget kapital}} \quad (14)$$

Lönsamhetsmått kan emellertid vara missvisande, till exempel på grund av att vissa typer av ekonomiskt kapital, inte minst immateriella rättigheter, inte avspeglas på ett bra sätt i bokföringen.⁵⁹ Det ekonomiska kapitalet kan då underskattas och avkastningen därmed överskattas.

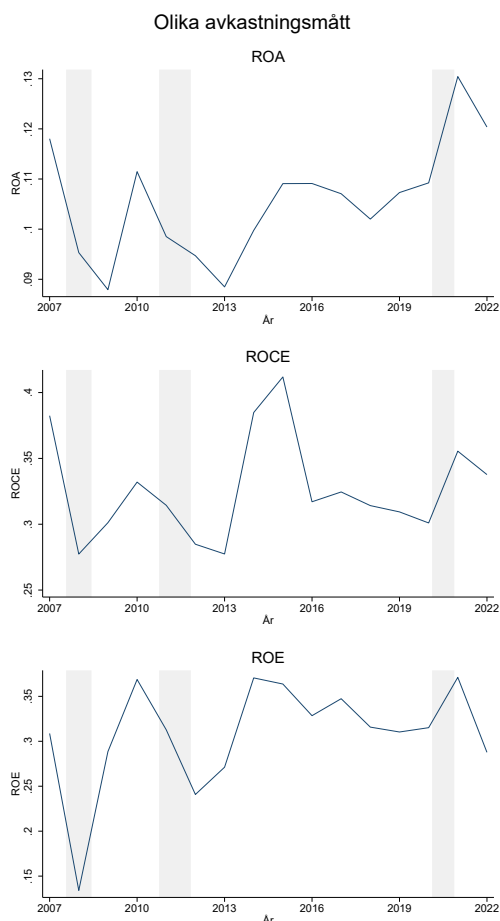
I figur 7 nedan illustreras utveckling av ROA, ROCE och ROE i ekonomin som helhet.

⁵⁷ Barkai (2020) är en studie som använder just en sådan ansats. Se not 3 och avsnitt 3.1.2.

⁵⁸ Justerat eget kapital beräknas som aktiekapital + obeskattade reserver – beräknad skatt på obeskattade reserver. (se Serrano-dokumentation). ROE beräknas som resultat efter finansiella poster minus 20 procent skatt – delat med justerat eget kapital.

⁵⁹ Se Haskel och Westlake (2022).

Figur 7 Avkastning, genomsnittliga (dubbel-viktade) avkastningsmått för ekonomin som helhet



Not: Avkastning. Genomsnittliga (dubbel-viktade) avkastningsmått för ekonomin som helhet. Inom varje fem-siffrig bransch, beräknas ett viktat genomsnitt för varje avkastningsmått, där företagens marknadsandelar används som vikter. Därefter skapas ett viktat genomsnitt för hela ekonomin, där de olika branschernas andel av den totala försäljningen i hela ekonomin används som vikter. Marknad definieras efter företagens branschtillhörighet utifrån SNI-2007 på fem-siffernivå. Gråmarkerade tidsintervall indikerar finanskrisen, Eurokrisen och Covid19-krisen. Data: Serranodatabasen.

Avkastningsmått i figur 7 uppvisar likartad variation över tiden. Alla mått uppvisar fall i samband med finans- respektive Eurokrisen men inte i samband med Covid19-krisen. Det är svårt att med en så kort observationsperiod – som dessutom innefattar tre kriser – upptäcka någon långsiktig stabil trend i dessa avkastningsmått. Noterbar är en viss ökning i ROA under Covid19-krisen. Det syns också ett liknande mönster för måttet ROCE. En tolkning är att företagen i stor utsträckning finansierar sin verksamhet med kortfristiga skulder och att det därför blir missvisande att subtrahera dessa från nämnaren. Inom ramen för denna rapport har det inte funnits möjlighet att tränga vidare i denna frågeställning och vi väljer att i stället använda oss av ROA som huvudsakligt mått på avkastning.

4.3 Mått på marknadsdynamik

Över tid byggs välstånd framför allt genom utveckling av nya sätt att använda resurser och, inte minst, av teknologiska innovationer som leder till nya och bättre varor och tjänster eller till mer kostnadseffektiva sätt att producera befintliga varor och tjänster. Det är därför viktigt att ekonomin är dynamiskt effektiv. Det vill säga, att ekonomin allokerar resurser effektivt inte bara för produktion och konsumtion här och nu utan också till investeringar i teknologi för framtiden.

Marknaden har inbyggda incitament för att driva en sådan utveckling. Bättre produkter eller bättre processer för att producera dessa ger innovatören konkurrensfördel och därmed en morot för att investera i FoU. Att företag som lanserar nya och bättre produkter tar marknadsandelar, har högre marginaler och avkastning, åtminstone tills konkurrenterna kommer i kapp eller förbi, missgynnar inte konsumenterna. Tvärtom kan hög lönsamhet under en period tvärtom vara en central drivkraft för teknologisk utveckling. Den dynamiska kampen om att utveckla de bästa produkterna eller den mest effektiva produktionen är en central aspekt av väl fungerande konkurrens. Ett ensidigt fokus på indikatorer som mäter koncentration eller överavkastning kan därför ge en missvisande bild.

Sambandet mellan det vi traditionellt menar med konkurrens, i praktiken ofta tolkad som priskonkurrens, och dynamisk effektivitet är komplext och har diskuterats länge och väl i den nationalekonomiska litteraturen. Schumpeter (1943) menade att imperfekt konkurrens är ett nödvändigt och oundvikligt inslag i den process av kreativ destruktion som präglar ekonomisk utveckling. Inte minst på grund av att stora vinstrika företag är bättre rustade att göra kostsamma investeringar i forskning och utveckling (FoU). Arrow (1962) pekade på att en monopolist har svagare incitament att investera i så kallade drastiska innovationer, där ett företag som behärskar en sådan teknologi tar över marknaden, än ett företag som utmanar monopolisten. Av detta följer en tendens att marknadsdominanter förlorar sin starka ställning vid stora teknikskiften.⁶⁰

Betoningen av incitament att investera i FoU har sedan dess varit ett bestående inslag i litteraturen. Sambandet mellan konkurrens och effektivitet är dock mer komplext i det dynamiska fallet och det finns ingen enkel enhetlig teori men väl en stor litteratur som undersöker olika möjliga mekanismer.⁶¹ Aghion et al. (2005) beskriver spänningen mellan konkurrens och marknadsmakt och argumenterar för ett omvänt U-format samband. Stark konkurrens på produktmarknaden ger företag

⁶⁰ Däremot har monopolisten starkare incitament att investera i inkrementella innovationer, varför dominerande företag tenderar att hålla kvar sin starka ställning ganska länge.

⁶¹ Shapiro (2012) ser inte avsaknaden av enhetlig teori ett problem ur ett policyperspektiv och argumenterar för att fokusera på grundläggande förutsättningar för konkurrens, såsom att marknaderna är utmaningsbara och i vilken utsträckning företag kan tillgodogöra sig värdet av innovationer, så kallad appropriierbarhet. Han noterar också att det inte finns någon motsättning mellan Schumpeters och Arrows synsätt. Att inträdande företag har starkare incitament att investera i drastiska innovationer än etablerade företag är förenligt med idén att "moroten" är förhoppningen om att överta monopolistens position. Samma idé avspeglas i patentlagstiftningen som erbjuder företag temporärt monopol på nyttjandet av lyckade innovationer.

incitament att innovera för att bli mindre konkurrensutsatta men det kan samtidigt minska incitamenten för företag att komma i kapp teknologiskt om detta utlöser intensiv konkurrens som eroderar vinsterna.⁶² Mest gynnsamt ur innovationssynpunkt är alltså en ganska (men inte alltför) stark konkurrens.

En annan aspekt på detta, som har lyfts fram av Sutton, är att marknadens storlek påverkar incitamenten att investera i FoU eller marknadsföring, eftersom avkastningen på att ha ytterligare en liten konkurrens fördel växer med marknadens storlek.⁶³ Sänkta handelskostnader och globalisering vidgar marknader för många företag och digitalisering kan också göra det möjligt för företag att nå ut till en större marknad till en lägre kostnad. En sådan, i sig konkurrensfrämjande utveckling kan driva på investeringsincitamenten och leda till framväxt av mycket stora företag och marknadskoncentrationen behöver därför inte falla utan kan till och med stiga. Liu et al. visar att långsiktigt låga räntenivåer kan påverka ledande företags investeringar mer än andra företag vilket också kan bidra till att öka marknadskoncentrationen och vinster samt sänka genomsnittlig produktivitetstillväxt.⁶⁴

Marknadsdynamik kan också sammankopplas med inträdeshinder (se avsnitt 4.1.2). Oavsett om dessa är givna av grundläggande teknologiska och marknadsmässiga förhållanden eller om dominerande företag kan upprätta mer eller mindre artificiella inträdeshinder kan vi förvänta oss en låg marknadsdynamik när inträdeshindren är höga.

När det gäller valet av konkurrensindikatorer menar vi att det dynamiska perspektivet inte tillför så mycket på marknader där potentialen för teknologisk utveckling är begränsad. Här kan statiska konkurrensindikatorer väl spegla graden av konkurrens. På marknader där den teknologiska utvecklingen har stor betydelse är det däremot betydelsefullt att komplettera med indikatorer på marknadsdynamik.

4.3.1 Mått på dynamisk konkurrens

Att nya företag träder in på en marknad kan bero på att inträdeshindren är begränsade men det kan också avspegla att marknaden präglas av teknologisk utveckling som ger innovatörer konkurrens fördelar som uppväger eventuella inträdeshinder. Frekvensen av in- och utträde på en marknad kan därför säga något om marknadsdynamiken.

⁶² Se Gilbert (2020) för en ingående diskussion av innovation, konkurrens och konkurrens politik. Se även Mandorff och Nyberg (2023) för en kort diskussion om innovation och konkurrens med fokus på digitala marknader.

⁶³ Sutton, John. *Sunk costs and market structure: Price competition, advertising, and the evolution of concentration*. MIT press, 1991. ; Sutton, John. *Technology and market structure: theory and history*. MIT press, 2001.

⁶⁴ Liu, Ernest, Atif Mian och Amir Sufi. "Low interest rates, market power, and productivity growth." *Econometrica* 90, Nr. 1 (2022): 193-221. <https://doi.org/10.3982/ECTA17408>

Att bara mäta antalet inträdande företag kan dock ge en ofullständig bild eftersom det inte säger så mycket om hur ekonomiskt betydelsefulla de inträdande företagen är. Minskade kostnader för att starta företag kan resultera i många nya företag men det innebär inte att de har någon större inverkan på konkurrensförhållandena på en marknad. Det kan därför vara bra att hitta ett mått som också fångar de inträdande företagens ekonomiska betydelse, till exempel genom att ta hänsyn till deras omsättning eller antal anställda.

Andra mått på dynamisk konkurrens kan bygga på hur säkra de etablerade företagens positioner är. Konkret kan det handla om hur beständig rangordningen på de största företagen är. I det följande beskriver vi ett antal mått som används i vår undersökning.

Inträde av företag på marknaden

Inträde innebär att företaget, det vill säga företagets organisationsnummer, inte finns i databasen (i vårt fall Serrano) föregående år och att det registrerades efter 2007 (registreringsår \geq 2007). För varje år mäts sedan andelen anställda på marknaden (för given SNI-kod och aktuellt geografiskt område) som är anställda på ftg som trätt in under året.

$$\text{Inträde} = \frac{\text{Antal anställda i nya ftg}}{\text{Antal anställda}} \quad (15)$$

Frekvensen av inträde viktas här med den ekonomiska betydelsen på inträdet mätt i termer av antalet anställda. Vi har valt att vikta med anställda snarare än med omsättning då den senare kan vara oproportionellt låg under en uppstartsfas som gäller flera år. Vilket geografiskt område som är ekonomiskt meningsfullt att fokusera på bestäms av storleken på den relevanta geografiska marknaden, vilket diskuteras i avsnitt 5. För ekonomin som helhet är måttet ett viktat genomsnitt över alla branscher. I graferna anges vilken geografisk uppdelning som använts.

Inträde 5-år

Måttet på inträde ovan ger en ögonblicksbild av hur frekvent (betydelseviktat) inträde är men avspeglar inte hur dessa företag utvecklas och vilken betydelse de kan tänkas få för konkurrensen på marknaden. Måttet Inträde 5-år mäter i stället hur stor andel som är anställda i unga företag på en marknad (för given SNI-kod och aktuellt geografiskt område), där unga innebär att företaget trätt in för mindre än fem år sedan. Måttet kan konstrueras från 2012 och framåt givet att vi använder data från 2007 och framåt.

$$\text{Inträde 5år} = \frac{\text{Antal anställda i unga ftg}}{\text{Antal anställda}} \quad (16)$$

Utträde av företag från marknaden

Utträde innebär att företaget, det vill säga företagets organisationsnummer, inte finns i databasen följande år. För varje år mäts sedan andelen anställda på marknaden (för given SNI-kod och aktuellt geografiskt område) som är anställda på företag som lämnat marknaden följande år.⁶⁵

$$Utträde = \frac{\text{Antal anställda i utträdande ftg}}{\text{Antal anställda}} \quad (17)$$

Frekvensen av utträde viktas, i likhet med inträde, med antalet anställda. Återigen bör det geografiska området för måttet bestämmas av den relevanta geografiska marknaden. För ekonomin som helhet är måttet ett viktat genomsnitt över alla branscher. I graferna anges vilken geografisk uppdelning som gjorts.

Uppköp

Uppköpsmåttet avser andelen anställda i företag som byter ägare under året (för given SNI-kod och aktuellt geografiskt område). För ekonomin som helhet är måttet ett viktat genomsnitt över alla branscher.

$$Uppköp = \frac{\text{Antal anställda i ftg som byter ägare}}{\text{Antal anställda}} \quad (18)$$

Persistens topp 5

Persistens mäter hur stabil marknadsstrukturen är genom att mäta vilken andel av de företag som i dag tillhör de fyra största företagen (i termer av omsättning) på marknaden som också tillhörde denna grupp för fem år sedan (för given SNI-kod och aktuellt geografiskt område). För ekonomin som helhet är måttet ett viktat genomsnitt över alla branscher.

$$\text{Persistens topp 5} = \text{Andel av de som i dag är topp 4} \\ \text{som också var topp 5 för fem år sedan} \quad (19)$$

Produktivitetsdynamik

Vårt sista mått på dynamiken utgår från företagets förädlingsvärde. Förädlingsvärdet visar hur mycket mervärde företag förmår skapa. Förädlingsvärdet beräknas genom att till rörelseresultatet addera depreciering, amorteringar och lönekostnader (se tabell 1). Förädlingsvärdet ses som något som kan fördelas mellan företagets huvudsakliga produktionsfaktorer, arbetskraft och kapital. När vi beräknar måttet förädlingsvärdet per anställd divideras dock hela förädlingsvärdet med antalet anställda.

⁶⁵ Detta innebär att vi får ta bort 2022 eftersom vi inte har data för 2023.

Förädlingsvärde per anställd är en naturlig utgångspunkt för att mäta produktivitetens utveckling i ekonomisk litteratur. Ur samhällsekonomiskt perspektiv är en god produktivitetstillväxt den kanske viktigaste egenskapen hos en ekonomi. Förhoppningen är att en väl fungerande konkurrens ska stimulera teknisk utveckling och innovation och ökad produktivitet över tid.

Det är emellertid inte självklart att ett ökat förädlingsvärde kan tolkas som ökad produktivitet eftersom försvagad konkurrens också kan bidra till att öka förädlingsvärdet. Exempelvis kan det vara svårt att särskilja om ökat förädlingsvärde kan hänföras till värdeskapande innovationer eller till ökad marknadsmakt om vi har information om försäljningsintäkter men saknar separat information om priser och kvantiteter samt om kvalitet.

Ökad produktivitet kan ta sig uttryck i (1) att kostnaden för att producera en given kvantitet varor eller tjänster minskar, (2) att varor eller tjänster av högre kvalitet kan produceras till en given kostnad eller (3) en kombination av dessa. I det första fallet bör marknadspriset falla och försäljningsvolymen stiga. I det andra fallet är det troligt att högre kvalitet betingar ett högre pris samtidigt som försäljningen inte minskar. I det sista fallet kan priset stiga eller sjunka men det är troligt att försäljningen stiger. I samtliga fall förbättras företagets resultat samtidigt som kvantiteten sannolikt ökar.

Ökad marknadsmakt tenderar att resultera i högre priser och ett förbättrat resultat samtidigt som den sålda kvantiteten *minskar*. Det kan således vara svårt att särskilja orsaken till ökningen i förädlingsvärde om vi saknar information om kvantiteter, inte minst om vi tänker oss ökad produktivitet i termer av lägre kostnader. (I en jämförelse mellan högre kvalitet och marknadsmakt är det troligt att totala kostnader ökar i det förra fallet och minskar i det senare, vilket i så fall skulle ge en viss vägledning i tolkningen).

Som diskuteras nedan kan förädlingsvärdet också delas upp i olika komponenter där man kan argumentera för att vissa företrädesvis tyder på ökad produktivitet medan andra kan avspegla såväl förändringar i produktivitet som marknadsmakt.

Vår ansats följer det som blivit standard i litteraturen.⁶⁶ Först beräknas viktad genomsnittlig produktivitet, mätt som förädlingsvärde per anställd, för alla företag med deras andel av sysselsättningen som vikter för år 2007 (det första året i vårt data), och 2022 (det sista året i vår data). Sedan studeras förändringen i genomsnittlig viktad produktivitet mellan dessa år. I Appendix visar vi att förändringen i sysselsättningsviktad produktivitet mellan 2007 och 2022 kan delas upp i fem olika delar eller effekter:

$$\begin{aligned} \text{Förändringen i av sysselsättningsviktad produktivitet} = \\ \text{Inomföretagseffekt} + \text{Mellanföretagseffekt} + \\ \text{Korseffeket} + \text{Inträdeseffekt} - \text{Utträdeseffekt} \end{aligned} \quad (20)$$

⁶⁶ Se Foster, Haltiwanger och Krizan (2001).

- *Inomföretagseffekten* visar bidraget till produktivitetsförändringen från de företag som finns på marknaden under de båda åren 2007 och 2022.

För denna komponent är det svårt att diskriminera mellan ökad produktivitet och ökad marknadsmakt.

- *Mellanföretagseffekten* drivs av förändringen av sysselsättningsandelen vid en given produktivitet för de företag som finns både under 2007 och 2022. Denna effekt bidrar positivt till produktivitetsförändringen om expanderande företag är mer produktiva än den genomsnittliga produktiviteten.

Denna komponent torde i huvudsak avspegla ökad produktivitet i meningen att en större andel av den samlade produktionen bedrivs mer effektivt.

- *Korseffekten* är bidraget till produktivitetsutvecklingen när både sysselsättningsandel och produktivitet förändras för de företag som finns 2007 och 2022. Korseffekten ökar den genomsnittliga produktivitetsförändringen i näringslivet om företag som ökar sin produktivitet också ökar sin sysselsättningsandel. Korseffekten är också positiv om företag som minskar sin produktivitet samtidigt minskar sin sysselsättningsandel. Om däremot företag som ökar sin produktivitet får en mindre sysselsättningsandel, kommer korseffekten att vara negativ, likaså om företag ökar sin sysselsättningsandel men samtidigt minskar sin produktivitet. Det senare kan uppkomma i företag som befinner sig i en expansiv fas där man ökar antalet anställda kraftigt. Innan de nyanställda är intrimmade i organisationen kan därför expansiva företag – temporärt – bidra till en minskning av det genomsnittliga förädlingsvärdet i näringslivet. En negativ korseffekt skulle också kunna orsakas av att effektiva företag flyttat delar av sin verksamhet till mindre produktiva företag.

Det är rimligt att tolka en positiv korseffekt som en indikation på ökad produktivitet under förutsättning att vi ser det som mer troligt att mer produktiva företag växer än att ökad marknadsmakt stimulerar tillväxt. Det är också möjligt att tänka sig att en positiv korseffekt kan avspegla att både produktivitet och marknadsmakt ökar om dominerade företag ökar sitt teknologiska försprång gentemot sina svagare konkurrenter.

- *Inträdeseffekten* utgörs av bidraget från företag som endast finns på marknaden år 2022: det vill säga företag som har kommit in på marknaden någon gång mellan 2007 och 2022.

Inträdeseffekten kommer att öka genomsnittsproduktiviteten i näringslivet om nya företag är mer produktiva än genomsnittet. En positiv inträdeseffekt kan tolkas som ökad produktivitet eftersom det är svårt att se att inträde i sig minskar konkurrensen.

- *Utträdeseffekten* utgörs slutligen av bidraget från företag som endast finns på marknaden år 2007: det vill säga företag som lämnat marknaden någon gång mellan år 2007 och år 2022.

Utträde ökar genomsnittsproduktiviteten om företag som försvinner från marknaden är mindre produktiva än genomsnittet. Utslagning av mindre effektiva företag är ett naturligt inslag vid väl fungerande konkurrens, vilket talar för att tolka en positiv utträdeseffekt som ökad produktivitet. Ökad marknadsmakt kan dock möjliggöra för dominerande aktörer att på olika sätt tvinga ut svagare konkurrenter vilket innebär att tolkningen inte är entydig.

4.4 En samlad bild av konkurrensen

Som konstaterats tidigare, och i andra rapporter, är det svårt att med hjälp av en enskild konkurrensindikator fånga konkurrensförhållandena på ett bra sätt. Exempelvis kan ökad marknadskoncentration både avspegla konsolidering i syfte att stärka marknadsmakt och utslagning i en bransch med hård konkurrens och vikande lönsamhet. Det kan därför vara mer informativt att tolka utvecklingen av marknadskoncentration och utvecklingen av avkastning i ett sammanhang. Ökad koncentration i samband med högre avkastning skulle dock också kunna avspegla att branschen blivit mer FoU-intensiv och mer riskfylld så att en hög avkastning *ex post* inte nödvändigtvis avspeglar en hög avkastning *ex ante*. Måtten på marknadsdynamik kan bidra till att nyansera bilden.

4.4.1 För- och nackdelar med olika indikatorer

Konkurrensindikatorerna kan, enligt ovan, delas upp i kategorierna koncentrationsmått, lönsamhets- och marginalmått samt mått på dynamik. Omsättning kan ses som en egen kategori eller ses som ett mått på potentiell konkurrens och därmed som ett mått på (potentiell) dynamik, vilket vi återkommer till i kapitel 9.

De olika måtten har olika för- och nackdelar. Vissa är intuitivt enkla att tolka men ställer höga krav på data, exempelvis genom att data anpassas till relevanta marknader. Andra mått är mindre känsliga för att data inte matchar mot relevanta marknader men kan i stället vara känsliga för om marknaden har hög eller låg kapitalintensitet. På marknader med låg kapitalintensitet och hög kapitalomsättningshastighet, exempelvis detalj- och partihandel, är kapitalavkastning inte ett särskilt bra mått. Kvoten mellan vinst och kapital, exempelvis mätt som ROA, blir instabil och inte särskilt informativ om kapitalbasen är liten och fluktuerar mycket. Motsvarande fenomen kan uppstå i branscher där icke-materiella tillgångar är viktiga men där balansräkningen inte fångar dessa på ett bra sätt. I den här typen av branscher kan marginal (och förändring i marginal) vara ett bättre mått på konkurrens.

På marknader med hög kapitalintensitet gäller det omvända. Marginalen måste med nödvändighet vara hög för att den stora mängd kapital som binds i verksamheten ska få rimlig avkastning, men exakt hur hög den måste vara beror på bransch- och företagsspecifika förhållanden. I kapitaltunga branscher ger därför kapitalavkastningsmått en bättre bild av konkurrensen. Vi sammanfattar för- och nackdelar i tabell 2.

Tabell 2 För- och nackdelar med olika konkurrensindikatorer

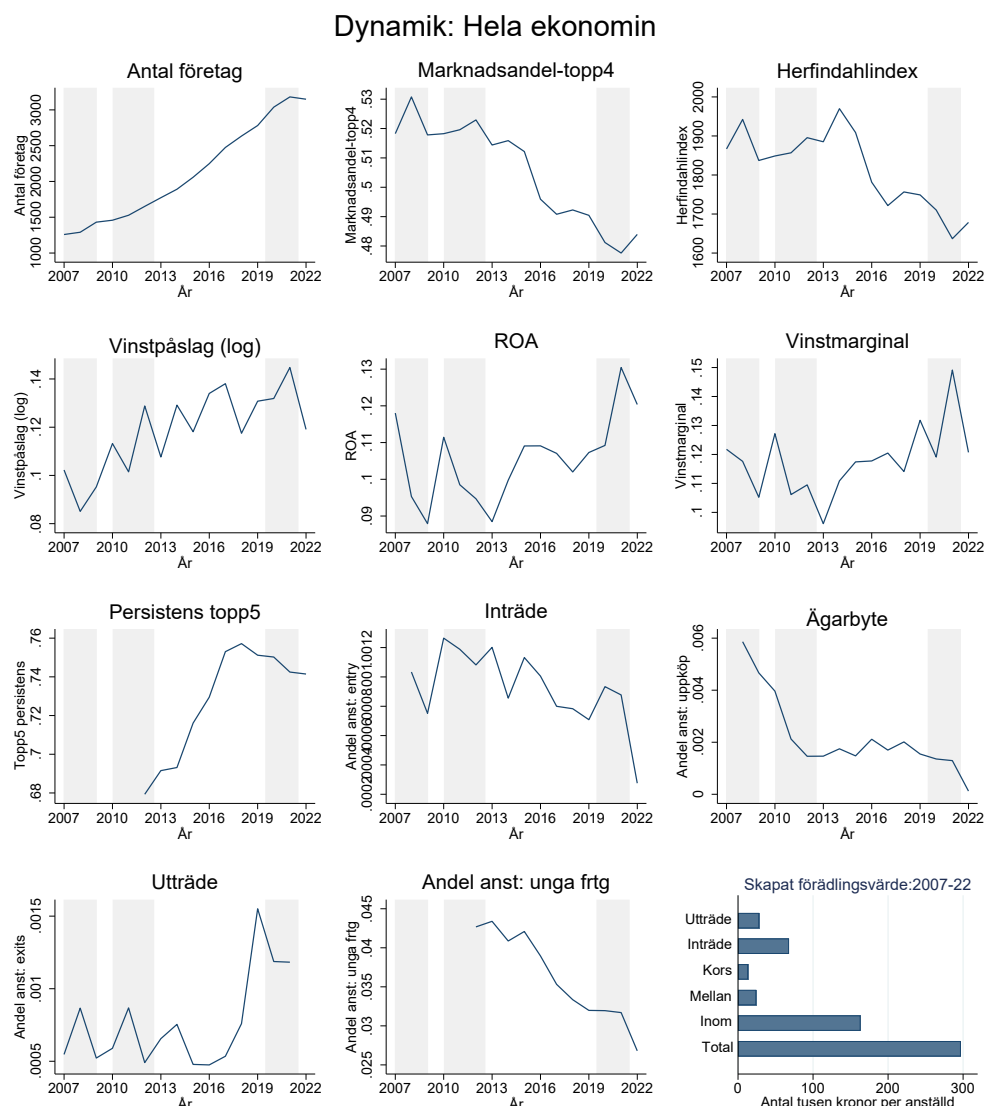
	Fördelar	Nackdelar
Koncentration	Ej beroende av bokföring Intuitiva, direkt tolkningsbara Jämförbara mellan marknader	Företag verkar på många marknader Industristatistiken matchar inte relevanta marknader Tar ej hänsyn till inträde/dynamik eller typ av marknadsrivalitet
Lönsamhet, marginal	Mindre känsliga för att statistiken inte matchar relevanta marknader God datatillgång på företagsnivå	Varierar beroende på kapitalintensitet och andra branschfaktorer Företag verkar på många marknader
Dynamik	Fångar en viktig konkurrens-aspekt Mindre känsliga för att statistiken inte matchar relevanta marknader Egna mått kan konstrueras från företagsstatistik	Etablerade standardmått saknas Mindre intuitiv koppling till grad av konkurrens

4.4.2 Konkurrens mätt med tolv mått

I det som följer använder vi oss av illustrationer som innehåller tolv mindre diagram som avspeglar olika mått på marknadsstruktur, resultat och marknadsdynamik. Detta exemplifieras av figur 8 där vi lägger ihop våra mått på följande vis:

- Rad 1: 3 strukturmått: Antal företag, CR4 och Hirschman-Herfindahl index, alla branschviktade.
- Rad 2: Marginal- och avkastningsmått: Vinstpåslag, ROA och vinstmarginal, återigen branschviktade. (Här bör dock noteras att branschviktade mått ger samma resultat som om måtten räknats ut direkt för hela populationen av företag.)
- Rad 3 och 4 visar branschviktade dynamikmått.
 - Rad 3: topp 5-persistens, andel anställda i nya företag och andel anställda i företag som byter koncern.
 - Rad 4: Andel anställda i utträdande företag, andel anställda i unga företag och förändringen i sysselsättningsviktad produktivitet (mätt som reallt förädlingsvärde per anställd) totalt och uppdelad i de fem komponenterna som beskrivs ovan.

Figur 8 Marknadsstruktur, resultat och dynamik



Not: *Marknadsstruktur, resultat och dynamik*. Vinstpåslag, ROC och vinstmarginal beräknade som dubbel-viktade genomsnitt (se figur 6 ovan). Resterande mått beräknas som (försäljnings- eller anställnings-) viktade genomsnitt över alla branscher. Marknad definieras efter företagens branschtillhörighet utifrån SNI2007 på femsiffernivå. Gråmarkerade tidsintervall indikerar finanskrisen, Eurokrisen och Covid19-krisen. Data: Serranodatabasen.

Figur 8 ger ett delvis motsägelsefullt intryck med minskande koncentration, ökande marginal- och avkastningsmått (särskilt under Covid19-krisen), något ökad persistens, minskad dynamik mått som andel anställda i nya eller unga företag, mer produktivitetsskapande inom existerande företag än från inträde och ett litet bidrag av utträde. Relativt likartade resultat redovisas i motsvarande studier för Norge och Storbritannien.⁶⁷ (Se kapitel 7.) Som noterats ovan blir trenden mot minskad koncentration mindre tydlig efter justering för ägande inom koncerner.

⁶⁷ Stemland Eide, Erraia och Grimsby (2022) samt Competition and Markets Authority (2020, 2022).

5 Data

Det finns olika källor till mikrodata som kan användas för att mäta konkurrens på marknads- eller branschnivå. Den grundläggande informationen kommer från bokföringsdata, det vill säga företagens balans- och resultaträkningar. Bokföringsdata samlas in av Bolagsverket och sammanställs sedan av dataleverantörer som Bisnode (Serranodatabasen) och SCB (Företagens Ekonomi, FEK).⁶⁸

I näringsstatistiken delas data upp i näringsgrenar enligt standarden för svensk näringsgrensindelning (SNI). Statistiken delas in på fem olika aggregationsnivåer där den femte nivån är den mest finfördelade. SNI ansluter till EU:s näringsgrensstandard NACE vilket gör statistiken jämförbar internationellt. Den aktuella SNI-standarderna är SNI 2007 och motsvarande EU-standard som kallas NACE Rev. 2. På de fyra högsta nivåerna överensstämmer SNI och NACE till fullo men 5-SNI-nivån är en tilläggsnivå som är nationellt definierad och som i Sverige innehåller 821 koder. Vi kommer ibland att använda begreppet SNI-marknad för att markera att data på 5-siffernivå vanligen inte motsvarar en relevant konkurrensmarknad.⁶⁹

De förändringar som genomförandet av SNI 2007 innebar kan ibland få stort genomslag i tidserier på disaggregerade nivåer, som enskilda SNI-marknader. En indikation på problemets omfattning är att 52 av de 821 branscherna inte hade någon omsättning alls 2006 och att omsättningen i ytterligare 82 branscher var minst tio gånger högre år 2007 än den var 2006. När data aggregeras till hela ekonomin märks detta mindre eller inte alls eftersom alla företag i princip redovisas i någon bransch. Eftersom fokus i denna rapport ligger på disaggregerad branschanalys har vi valt att endast använda data från och med 2007 för att undvika problemet med att branschindelningen förändras över tid.

Ett snabbt nedslag i SNI-data illustrerar att omfattningen av näringsverksamheten i en marknadsekonomi är enorm och floran av vitt skilda verksamheter är slående. På 5-siffernivå sorteras de exempelvis in i schablonmässiga kategorier som potatisodling, tillverkning av kallvalsade stålband, uppfödning av kameler och kameldjur, callcenterverksamhet och drift av trav- och galoppbanor. Detta är den SNI-nivå som ligger närmast att approximera någon sorts relevant marknad ur konkurrenshänseende.

SNI-koderna innebär dock en nationell näringsgrensindelning som exempelvis inte beaktar om företagen är utsatta för internationell konkurrens eller enbart konkurrerar med lokala närbelägna aktörer. Inte heller beaktas om det finns ägarkopplingar med andra företag. Det kan därför finnas skäl att försöka komplettera datasetet med data som exempelvis belyser om företagen är internationella, i vilken utsträckning de ägnar sig åt handel eller om de ingår i en koncern.

⁶⁸ Swedish House of Finance. Serrano. [o.d.] <https://www.hhs.se/sv/houseoffinance/data-center/serrano/> [2024-10-21] & SCB. Företagens ekonomi. [o.d.] <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/naringsverksamhet/naringslivets-struktur/foretagens-ekonomi> [2024-10-21].

⁶⁹ Se bilaga 3 för en principfigur och ytterligare förklaringar.

I denna rapport används ett dataset från Bisnode som kallas Serrano. En fördel med Serrano är att det innehåller detaljer som företagens namn och adress liksom information om de tillhör en koncern.⁷⁰ Det är möjligt få tillgång till motsvande data från SCB. Om man använder sig av SCB-data via plattformen Mona (Microdata Online Access) kan man (mot ersättning) få tillgång till ytterligare dataset med information om bland annat internationell handel på företags- och produktnivå, produktion, (i viss mån) pris och olika innovationsrelaterade variabler.⁷¹ Företagsnamn är emellertid krypterade av sekretesskäl (åtminstone för forskning) men det är möjligt att få information om i vilken kommun eller vilket län företagen är lokaliserade. Det är också möjligt att få tillgång arbetsställdata med viss bokslutsinformation.

Serranodatabasen innehåller longitudinella finansiella data från 1997 och framåt för ett stort antal variabler för svenska företag och organisationer och är därvidlag ett attraktivt dataset. Informationen baseras på uppgifter som rapporterats in till Bolagsverket. Databasen innehåller dessutom allmän information från Statistiska centralbyrån (SCB), information om konkurser från Bolagsverket och koncerninformation från Bisnodes koncernregister.

En utmärkande egenskap för Serranodatabasen är dess struktur. Den innehåller en datapunkt per kalenderår för varje enskilt fält, för varje kombination av företag (identifierat med organisationsnummer) och år. Varje fält avspeglar data från företag per den 31 december varje år. Att Bisnode har standardiserat data per kalenderår gör det möjligt för användare att följa företagsgrupper, observera marknadsutveckling och att statistiskt analysera data.

Företagen i databasen är klassificerade enligt branschtillhörighet enligt SNI-systemet, där 5-siffernivån alltså är den mest finfördelade klassificeringen och data är i stor utsträckning hämtad ur företagens publika redovisning.

Databasen används enklast för hela Sverige, även om det i princip är möjligt att dela upp landet i olika områden. Omsättningen kan hänföras till exempelvis den kommun eller den region där bolaget har sitt huvudkontor. Men det är ju inte säkert att merparten av omsättningen, än mindre all omsättning, uppstår just i den kommunen eller regionen.

Man kan få en indikation på vidden av detta problem genom att Serranodatabasen innehåller en variabel som visar antalet arbetsställen i ett företag. Om ett företag har ett stort antal arbetsställen men redovisar omsättning och anställda koncentrerade till en ort, är det rimligt att anta att verksamhet i själva verket finns på ett flertal platser. Vi noterar exempelvis att det förekommer att större företag i branschen 47300, "Detaljhandel med drivmedel", har all omsättning i en enda kommun.

⁷⁰ Swedish House of Finance. Serrano. <https://www.hhs.se/sv/houseoffinance/data-center/serrano/> [2024-10-21].

⁷¹ SCB. MONA – SCB:s plattform för mikrodata. [o.d.], <https://www.scb.se/vara-tjanster/bestall-data-och-statistik/mikrodata/mona---leveranssystemet-for-mikrodata/> [2024-10-21]

5.1 Diskussion

I den här studien använder vi Serranodatabasen. Det främsta skälet till detta är alltså att den innehåller sammanställda publika data som fritt kan köpas från företaget Bisnode. Informationen är inte krypterad så att företagets namn finns med vilket underlättar en konkurrensanalys.

Som beskrivs ovan hade ett alternativ varit att använda data från Statistiska Centralbyrån (SCB). Till skillnad från Serrano är dock från SCB krypterade och konfidentiella. Tillgång ges i allmänhet endast till statliga myndigheter och forskare, som måste ansöka om tillgång till datan.

Serranodatan ger en överblick av konkurrensförhållandena i finfördelade branscher över en ganska lång tidsperiod. I en utökad analys bedömer vi att det kan finnas skäl att också använda sig av mikrodata över anställda, arbetsställen, företag och koncerner, som finns tillgänglig via SCB:s plattform MONA:

- Med tillgång till arbetsställdata kan man få en mer detaljerad bild av företagets aktiviteter - inte minst geografiskt. Eftersom det finns mycket information i SCB:s databaser kan man förmodligen komma närmare en definition av marknaden.
- Med information om import- och export på företagsnivå och produktnivå, kan man undersöka för vilka företag och i vilka branscher som internationell handel är viktig. Som vi betonar i nästa avsnitt är graden av internationell handel en viktig aspekt att beakta när det gäller graden av konkurrens på en marknad.
- För att beräkna olika typer av marginaler, finns det anledning att använda mer detaljerad information över företagets kostnader än de ganska aggregerade kostnadsdata som finns i Serranodatabasen.

Om KKV vill undersöka utvalda företag, för vilka man redan har etablerat en marknadsdefinition, har Serranodatabasen fördelen att bokslut och balansräkningar direkt är kopplade till företagsnamn- och organisationsnummer. Detta förenklar analysen.

Serranodatabasen ger inga möjligheter att i mer detalj undersöka hur ett företags försäljning fördelas mellan den inhemska marknaden och internationella marknader. För detta finns bättre möjligheter med SCB:s data. Att få tillgång till SCB:s data kan dock kräva betydande initiala kostnader: KKV måste diskutera och avtala med SCB om på vilka villkor anställda på KKV kan få tillgång till konfidentiella data. Att lära sig arbeta med SCB:s data kan också vara en betydande kostnad.

Om en analys genomförs med mikrodata från SCB:s plattform MONA bör man undersöka hur SCB hanterat dataproblem som exempelvis brutna räkenskapsår. Man kan också jämföra hur detta och andra dataproblem hanterats i Serranodatabasen. En väg framåt kan alltså vara att KKV både använder Serranodatabasen och SCB:s mikrodata, där valet av data kan anpassas till syftet av undersökningen.

6 Relevant marknad, chocker och ägarsamband

För att bedöma hur konkurrensutsatt ett enskilt företag är behöver vi först bilda oss en uppfattning om vilka företagets konkurrenter är och hur hård konkurrensen är gentemot dessa. Detsamma gäller om vi vill bedöma konkurrenssituationen på en marknad. För att göra det behöver vi först fastställa vilka företag som utövar ett konkurrenstryck på varandra. Detta kallas marknadsavgränsning i konkurrensrättsliga sammanhang och en sådan avgränsning har två dimensioner: relevant produktmarknad och relevant geografisk marknad.⁷²

I konkurrensrättsliga sammanhang läggs ofta stor möda på att identifiera vilka företag som faktiskt konkurrerar med varandra både med avseende på vilka produkter eller tjänster de producerar och i vilket geografiskt område de agerar. För syftet i den här rapporten är det inte möjligt att försöka identifiera relevanta marknader mer än i bästa fall mycket övergripande. Målsättningen blir i stället att försöka hitta lämpliga approximationer inom ramen för tillgängliga data.

I detta avsnitt diskuterar vi även hur ägarbyten och konjunkturdrivna chocker kan påverka våra konkurrensindikatorer.

6.1 SNI och relevant produktmarknad

När det gäller relevant produktmarknad erbjuder SNI-data mer eller mindre detaljerade klassificeringar utifrån verksamhetsområde. Den mest finfördelade klassificeringen är, som vi noterat, den på 5-siffernivån, men även på denna nivå kan många företag med tämligen olika verksamheter täckas in som sannolikt inte är direkta konkurrenter.

När vi använder en femsiffrig SNI-kod som approximation för en relevant produktmarknad innebär detta en risk för att en alltför stor produktmarknad identifieras. Detta får i så fall också sannolikt till följd att antalet företag överskattas och därmed att HHI underskattas. Tolkningen av koncentrationsmått behöver ta detta i beaktande och ett uppmätt HHI här kan exempelvis inte omedelbart sättas i relation till gränsvärden i riktlinjer för koncentrationsnivåer vid företagsförvärv. Hur en alltför vid produktmarknadsavgränsning skulle kunna slå på avkastningsmått är mindre

⁷² Det finns detaljerade riktlinjer för hur marknadsavgränsningar bör genomföras i princip och olika typer av metoder för att praktiskt försöka implementera dessa principer. Dessa har över tid modifierats och anpassats för att hantera nya utmaningar, exempelvis marknadsavgränsningar avseende så kallade flersidiga marknader. Se Commission Notice on the definition of the relevant market for the purposes of Union competition law. (C/2024/1645). Antalet relevanta marknader som definieras i förvärv är ofta ganska stort vilket indikerar att företag ofta agerar på många olika relevanta marknader. Stiebale och Szucs (2022) finner i medeltal (median) 16 (9) marknader i 194 EU-koncentrationsärenden där marknadsandelsdata redovisas. Affeldt et al (2021) finner i genomsnitt drygt 6 relevanta marknader när de analyserar nästan 6500 koncentrationsärenden som hanterats av EU och cirka 12 relevanta marknader per koncentration bland de drygt 1000 ärenden där det finns mer fullständig information.

uppenbart. När det gäller uppmätt dynamik kan denna överskattas om företag "hoppas" mellan SNI-koder beroende på upp- och nergångar i försäljningen av olika produkter. Samtidigt kan den också underskattas om SNI-koderna tenderar att vara vidare än de relevanta marknaderna.

En annan utmaning är att företag kan bedriva flera olika typer av verksamheter som faller inom olika SNI-koder. Företagen kan visserligen registrera flera SNI-koder men kommer i branschstatistiken bara att synas under den SNI-kod som inom företaget dominerar i termer av förädlingsvärde.⁷³ Det konkurrenstryck ett företag kan bidra med på marknader som faller utanför dess huvudsakliga verksamhet, enligt SNI-klassificeringen, kommer alltså inte att vara synligt i branschstatistiken. Samtidigt kommer verksamhet utanför den huvudsakliga SNI-koden att räknas in och därmed överdriva företagets verksamhet och betydelse inom denna SNI-kod.

Ovanstående innebär sammantaget att en 5-siffrig SNI-kod kan innehålla många företag som inte är konkurrenter samtidigt som den inte innehåller alla företag som faktiskt är konkurrenter, på grund av att de är registrerade under en annan SNI-kod.

Företag som bedriver olika verksamheter kan också ändra sin klassificering över tid om tyngdpunkten mellan de olika verksamheterna förskjuts över tid. När detta sker kan det uppstå hopp i statistiken, speciellt om det handlar om ett stort företag. Att företag kan "hoppa" mellan SNI-koder kan, enligt ovan, även bidra till ett överdrivet intryck av dynamik i berörda branscher som inte motsvarar verkligheten.

Sett till rapportens syfte att bedöma konkurrensen på en övergripande nivå och i synnerhet förändringar av denna behöver en viss mismatching mellan SNI-koder och relevant marknad inte vara ett avgörande problem. Det kan räcka att de uppmätta konkurrensindikatorerna korrelerar någorlunda väl med förändrade konkurrensförhållande.

Sammanfattningsvis:

- Vi approximerar relevant produktmarknad med 5-siffernivån på SNI.
- Detta riskerar att avgränsa alltför vida produktmarknader.
- Antal konkurrenter kan därmed överskattas och koncentrationen underskattas, men faktiska konkurrenter kan också falla utanför marknadsavgränsningen med omvända problem.
- Förändrad SNI-klassificering för företag kan leda till hopp i statistiken.

⁷³ SCB har riktlinjer för fastställande av branschkode med detaljerade regler för hantering av företag med multipla och integrerade aktiviteter. Se SCB, MIS 2007:2, *SNI 2007 Standard för svensk näringsgrensindelning 2007*.

6.2 SNI och relevant geografisk marknad

Den andra dimensionen av begreppet relevant marknad är den geografiska. Återigen är syftet att ringa in vilka företag som faktiskt konkurrerar med varandra. Den geografiska utsträckningen av konkurrensen kan ibland vara uppenbar. För den lilla butiken, korvkiosken eller frisören är konkurrensen troligtvis mycket lokal och i en mindre stad kan vi ganska enkelt slå fast att den egna staden är den relevanta geografiska marknaden. För många tjänster gäller detsamma och det kan också vara fallet för produktion där transportkostnaderna är höga relativt värdet av produktionen. Samtidigt har exempelvis näthandel medfört ny konkurrens på marknader som tidigare varit tydligt lokala. Vidare kan en tjänst som i stor utsträckning är lokal, som exempelvis juridisk rådgivning till privatpersoner eller mindre företag, i vissa avseenden vara nationell, om rådgivningen i stället avser exempelvis företagsförvärv. Slutligen finns det i Sverige också många företag som konkurrerar internationellt.

Liksom i fallet med relevant produktmarknad är det viktigt att få den geografiska marknadsavgränsningen någorlunda rätt för att konkurrensmått ska bli rättvisande, inte minst de som avser marknadsstrukturen. Om konkurrensen de facto är lokal men vi mäter marknaden som om den vore nationell kommer koncentrationsmått att bli väldigt missvisande. Omvänt kommer koncentrationsmått som baseras på en nationell marknad att ge sken av svagare konkurrens än vad som är fallet för ett företag som konkurrerar på en internationell marknad.

SNI-klassificeringen är i sig nationell men i Serranodata finns det information om var företagen är lokaliserade och det är möjligt att dela upp data på olika geografiska nivåer såsom kommun, region och nation. För en given produktmarknadsdefinition är det därmed möjligt att exempelvis beräkna koncentrations- och avkastningsmått för enskilda kommuner och exempelvis undersöka hur de olika måtten utvecklas över tid i kommunen. Detta innebär att det är möjligt att komma närmare en mer korrekt marknadsavgränsning genom att beräkna konkurrensmått på rätt geografisk nivå. Förutsättningen för detta är dock att företagen har all eller merparten av sin aktivitet där de är registrerade. För en detaljhandelskedja som är verksam över hela landet och som bedriver all verksamhet inom ett enda aktiebolag kommer måtten fortfarande att bli missvisande, eftersom all omsättning registreras i den kommun där huvudkontoret är beläget.

Det finns i databasen ingen klassificering som anger vilken geografisk marknadsavgränsning som är lämplig utan den bedömningen behöver göras av den som analyserar data. Vid en sådan bedömning är det värdefullt med en förförståelse av konkurrensförutsättningar på olika enskilda marknaderna – en förförståelse som Konkurrensverket sannolikt besitter i högre utsträckning än någon annan. Det är naturligtvis också möjligt att låta data i viss mån vägleda detta genom att studera hur de olika konkurrensmått faller ut vid olika antaganden om på vilken nivå

konkurrensen sker och göra en rimlighetsbedömning utifrån detta. Viss ytterligare vägledning kan hämtas från utrikeshandelsstatistiken, som dock bara finns tillgänglig på tvåsiffernivå.

I den här rapporten har vi heuristiskt klassificerat de 5-siffriga SNI-koderna i tre geografiska kategorier: internationell (I), nationell (N) och lokal (L). Vi har inte försökt skilja mellan kommun- och länsnivå i denna klassificering utan båda ryms i kategorin L, även om data ger oss möjlighet att undersöka båda dessa nivåer. Hur en marknad ska klassificeras geografiskt är inte alltid självklart och de separata klassificeringar vi först gjorde enskilt överensstämde heller inte alltid så väl.

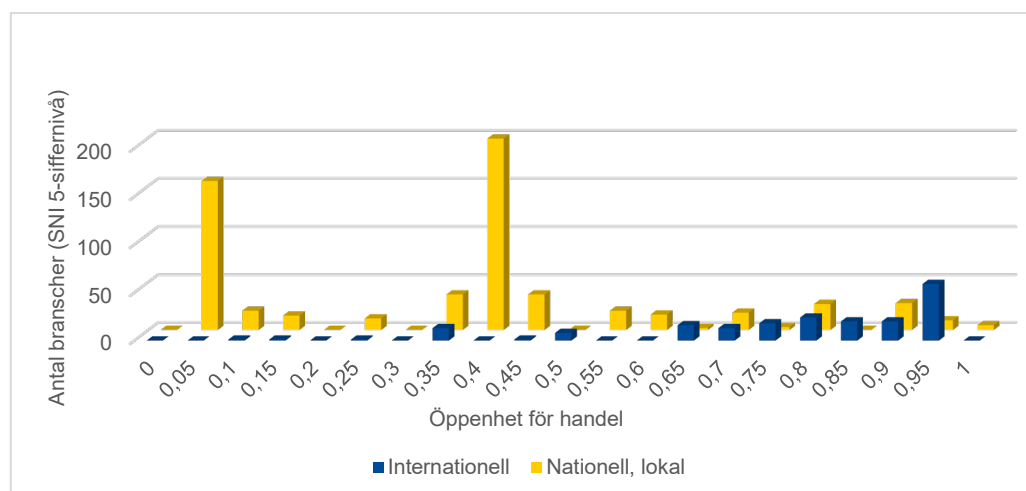
Marknader och branscher där det finns starka skäl att tro att priserna i hög grad bestäms internationellt är mindre meningsfulla att analysera med data som enbart omfattar Sverige. När internationell handel utövar ett konkurrenstryck skulle den verkliga koncentrationen överskattats med data som endast omfattar omsättning i Sverige, givet att utgångspunkten för SNI-klassificeringen är produktion snarare än försäljning. Marknader som klassas som internationella kommer dock, för jämförbarhet med tidigare internationella studier, att ingå i övergripande statistik för hur konkurrensindikatorerna utvecklas.

Som en extra kontroll har vi jämfört omfattningen av import och export i de branscher vi klassificerar som internationella respektive lokala eller nationella. Från SCB:s handelsstatistik har vi hämtat data från vilka vi beräknat måtten öppenhet för import respektive öppenhet för export som import delat med summan av inhemsk produktion och import respektive export delat med summan av inhemsk produktion och export. Öppenhet för handel har därefter beräknats som medelvärdet av dessa två. Vi har använt data från 2016.⁷⁴

Det framräknade värdet på 2-siffernivå har tilldelats alla branscher på 5-siffernivå som tillhör den aktuella 2-siffergruppen. Vi har alltså haft 88 olika värden på öppenhet för handel som tilldelats de 821 branscherna på 5-siffernivå vi har i datasetet. Exempelvis tilldelas alla de cirka 30 branscherna för livsmedelsframställning på 5-siffernivå samma öppenhet för handel eftersom de alla tillhör samma bransch på 2-siffernivå.

⁷⁴ SCB:s input-output tabeller innehåller information om import och export per SNI bransch på 2-siffernivån. Data för vår undersökningsperiod har hämtats från Input-Outputtabeller 2008-2016 respektive Input-Outputtabeller 2015-2020. De förra återfinns på <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/nationalrakenskaper/nationalrakenskaper/nationalrakenskaper-tidigare-definitioner/pong/tabell-och-diagram/input-outputtabeller-2008-2016/> och informationen för de senare kan hittas under <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/nationalrakenskaper/nationalrakenskaper/nationalrakenskaper-kvartals-och-arsberakningar/>.

Figur 9 **Öppenhet för handel**



Not: Öppenhet för handel enligt handelsstatistiken för marknader klassificerade som internationella respektive nationella eller lokala. Öppenhet för handel beräknad av författarna från SCB:s handelsstatistik på 2-siffernivå för år 2016, sammanvägd export- och importöppenhet. Klassificering av marknader på 5-siffernivå som internationella, nationella eller lokala av författarna. Se vidare förklaring i text.

Cirka 150 branscher på femsiffernivå som vi klassificerat som nationella eller lokala har en handelsöppenhet under 5 procent. Drygt 250 av de nationella eller lokala branscherna har en handelsöppenhet mellan 30 och 45 procent. I den senare gruppen återfinns bland annat de många underbranscherna som sorterar under livsmedelstillverkning, dryckestillverkning respektive finansiella tjänster. I övrigt fördelas de nationella och lokala branscherna relativt jämnt över hela intervallet från mycket låg till mycket hög handelsöppenhet.

Av de branscher vi klassificerat som internationella har den stora merparten en handelsöppenhet på minst 60 procent. Handelsstatistiken ger alltså sammantaget stöd för vår heuristiska branschklassificering men vi påminner om att handelsstatistiken bara varit tillgänglig på 2-siffernivå. Detta gör, exempelvis, att vi får samma mått på handelsöppenhet för alla de 64 partihandelsbranscherna som SCB definierar på 5-siffernivå liksom för alla 41 jordbruksbranscher, alla 30 branscher som rör livsmedelsframställning och så vidare. Inom så stora grupper av branscher kommer det ofta att återfinnas både branscher med hög öppenhet för handel och branscher med låg öppenhet, men de kommer alla att hamna i samma stapel i diagrammet.

Om handelsstatistiken kan tillgås på mer finfördelad nivå vore ett mindre godtyckligt sätt att klassificera branscherna än vår heuristiska metod att utgå från denna. Vilka gränsvärden som ska användas är i viss mån godtyckligt. Vi hänvisar dock till

den äldre konkurrensökonomiska litteraturen som behandlar denna fråga, exempelvis Elzinga och Hogarty (1973) som lanserade begreppsparet LIFO-LOFI (Lots In From Outside-Lots Out From Inside) och till den nyare litteratur som ofta använder begreppet *catchment area*.^{75, 76}

Vi har bara klassificerat marknader som lokala om konkurrensen uppenbart sker lokalt, annars har det hänförts till den nationella kategorin.

Inom den nationella kategorin är sannolikt det vanligaste problemet att det uppmätta HHI kan vara en mer eller mindre kraftig underskattning av ett HHI på en korrekt avgränsad marknad. En marknad som är koncentrerad på nationell nivå kommer också att vara starkt koncentrerad på en eller flera regionala eller lokala marknader, så en eventuell felklassificering i ett sådant fall spelar mindre roll. Det finns däremot en risk att vi missar marknader med hög lokal koncentration och eventuella lokala konkurrensproblem om vi aggregerar till nationell nivå. Exempel på detta är eldistribution och fjärrvärme med lokala monopol men med måttliga koncentrationstal på nationell nivå.

Ett problem med att mekaniskt undersöka HHI på lokal nivå är dock att det sannolikt kommer att resultera i många observationer med höga HHI som saknar intresse ur policysynpunkt. Hög marknadskoncentration, och svag konkurrens som följd av detta, som beror på att befolkningsunderlaget inom det undersökta området är för litet för att möjliggöra ytterligare etablering kan, som vi tidigare konstaterat, svårigen hanteras med normala konkurrenspolitiska instrument.

På naturliga monopolmarknader, vare sig de är nationella eller lokala, är de naturliga förutsättningarna för konkurrens starkt försvagade. De allmänna konkurrensbefrämjande regelverken kan därför vara otillräckliga och en sektorreglering nödvändig.

6.2.1 Marknader som klassificerats som internationella

Ganapati och Wong presenterar resultat som indikerar att transporter av färdiga produkter mellan 1965 och 2007 ökade tre gånger snabbare än global BNP.⁷⁷ Kvoten har sedan dess fallit med 20 procent men resultaten visar att den genomsnittliga varan likväl färdas mycket längre i dag än den gjorde före år 2000.

⁷⁵ Elzinga, Kenneth G. och Thomas F. Hogarty. "The problem of geographic market delineation in antimerger suits." *The Antitrust Bulletin* 18, Nr. 1 (1973): 45-81.

⁷⁶ Enligt Elzinga och Hogarty ursprungliga analys var marknaden för snävt begränsad om mer än exempelvis 10-25 procent av konsumtionen inom den tentativa marknaden hämtades från områden utanför densamma. Calligaris et al (2024) menar sig finna stöd för att gränsen ganska exakt kan preciseras till 12 procent.

⁷⁷ Ganapati, Sharat och Woan Foong Wong. "How far goods travel: global transport and supply chains from 1965–2020." *Journal of Economic Perspectives* 37, Nr. 3 (2023): 3-30.

När relevant geografisk marknad räknas som internationell är HHI mätt på nationell nivå inte relevant därför att måttet kommer att överskatta koncentrationen. Det finns många exempel på branscher med internationell konkurrens. Exempelvis torde detta gälla flertalet tillverkningsbranscher. Internationell varuhandel är omfattande och transportkostnaderna är i många fall små jämfört med andra kostnader.

Några exempel på motsatsen är tillverkning av cement, murbruk och tegel, planglas, glasfiber, kalk och gips för vilka det inte är omöjligt att vissa segment är nationella, samt tandproteser, madrasser och köksinredning av samma skäl. Vi valde också att koda färg- respektive tapetttillverkning som nationella för att koncentrationen på nationell nivå är intressant, även om vi inte tagit ställning till att marknaderna bör ses som nationella. Även monteringsfärdiga hus, fönster och dörrar, inredningssnickerier och förädlade träbränslen kodade vi som nationella.

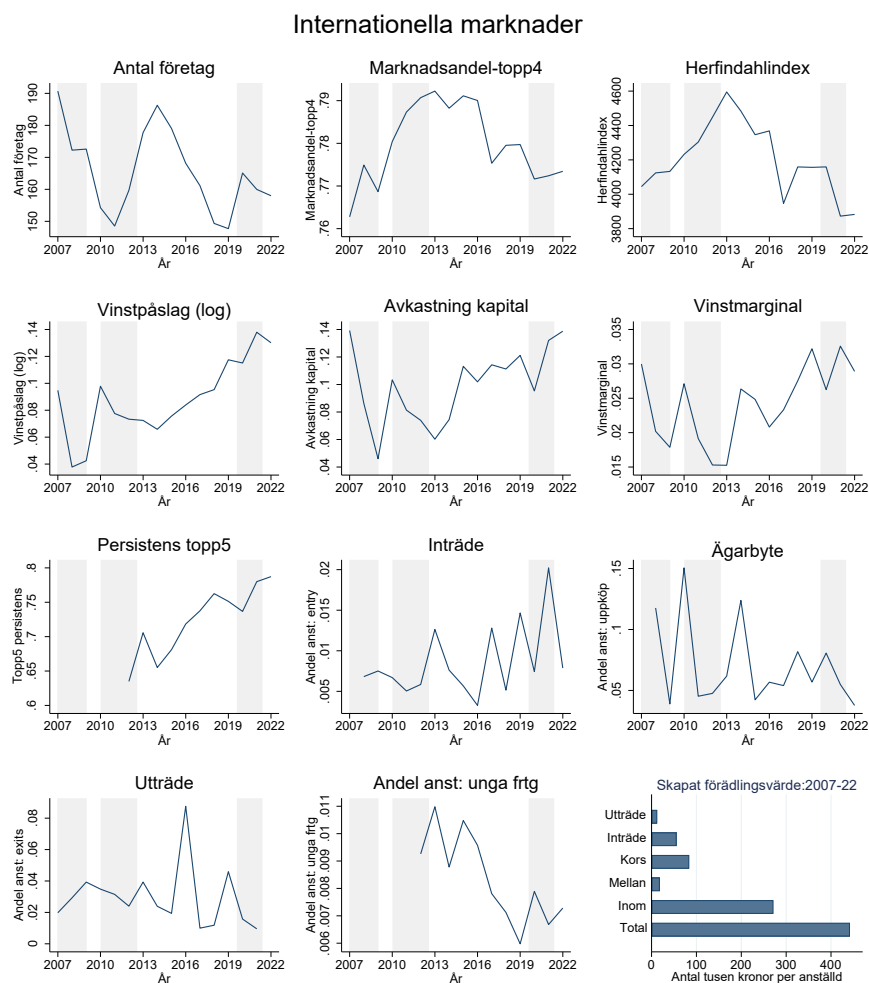
Att vi avgränsar en marknad som internationell får den praktiska konsekvensen att det inte blir särskilt intressant att studera koncentrationsmått som HHI. Som vi noterat är avkastnings- och marginalmått mindre känsliga för den geografiska marknadsavgränsningen än koncentrationsmått men även dessas relevans blir förstås mindre om dessa bara mäts i Sverige samtidigt som konkurrensen är internationell.⁷⁸

Vi har avgränsat 191 internationella marknader.

Figur 10 illustrerar den genomsnittliga försäljningsviktade utvecklingen över tid på de marknader som klassificerats som internationella. Koncentrationen mätt som HHI är mycket hög, men koncentrationsmåttarna är här missvisande (överskattningar) eftersom den relevanta marknaden inte har fångats.

⁷⁸ Vi noterar att motsvarande norska studie (Stemland Eide, Erraia och Grimsby, 2022) valt att exkludera marknader med stor utrikeshandel (med internationellt bestämda priser) medan den brittiska valt att inkludera dessa marknader. Den senare studien har i stället försökt korrigera för effekten av utrikeshandel. Se vidare kapitel 7.

Figur 10 Marknadsstruktur, resultat och dynamik på internationella marknader



Not: Vinstpåslag, ROA och vinstmarginal beräknade som dubbel-viktade genomsnitt (se figur 6 ovan). Resterande mått beräknas som viktade genomsnitt över alla branscher. Marknad definieras efter företagens branschtillhörighet utifrån SNI2007 på fem-siffernivå. Gråmarkerade tidsintervall indikerar finanskrisen, Eurokrisen och Covid19-krisen. Data: Serranodatabasen.

Marginalerna och avkastningen har ökat sedan finanskrisen men är relativt stabila sett över hela den studerade perioden. I motsats till vad som gäller för hela ekonomin har antalet företag inte ökat utan minskat (med cirka 15 procent) under perioden. De senaste tio åren har koncentrationen minskat något men är alltså mycket hög, samtidigt som våra mått indikerar att den dynamiska konkurrensen försvagats. De största företagen fortsätter i ökande grad att vara störst (*Persistens topp5*) och andelen anställda i unga företag minskar. Förutsättningarna för en väl fungerande konkurrens på dessa marknader beror dock av det internationella konkurrenstrycket.

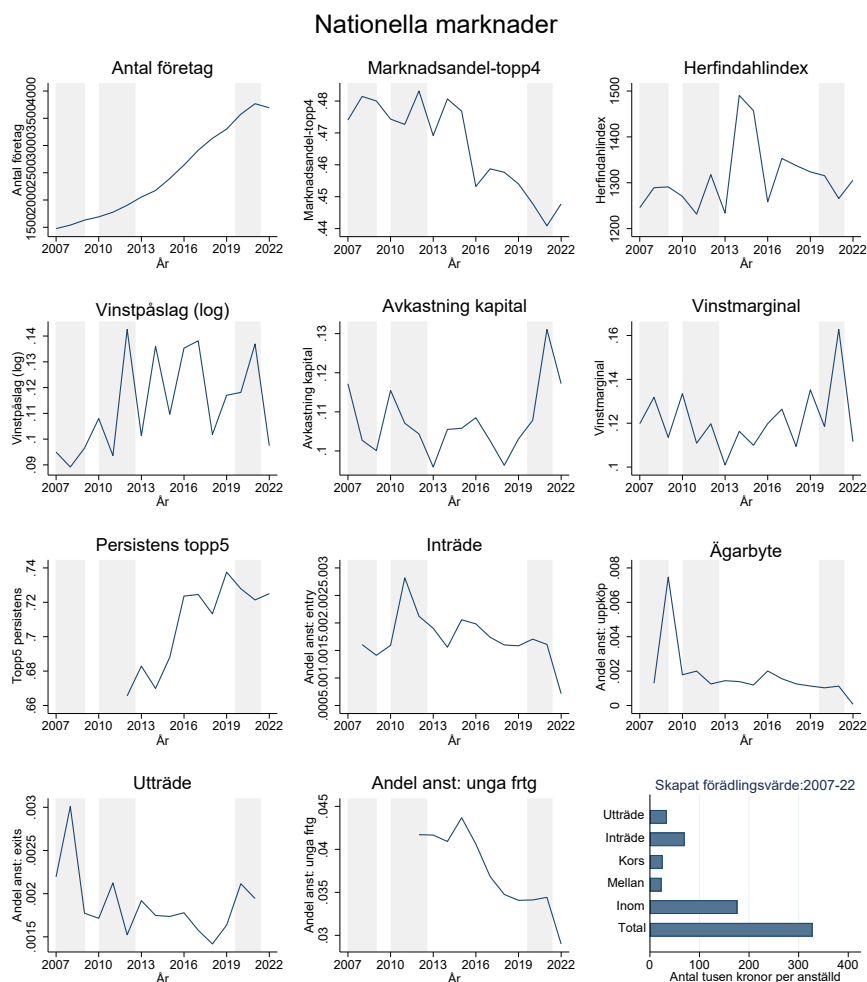
6.2.2 Marknader som klassificerats som nationella

Vi har klassat 349 marknader som nationella. För nationella marknader har den försäljningsviktade marknadskoncentrationen ökat marginellt under perioden som helhet men har i genomsnitt legat på ett HHI runt 1300. Under 2014 sker dock en påtaglig och snabb (och för oss oförklarad) ökning som följs av en lika snabb minskning 2016. Samtidigt som HHI ökar minskar emellertid de fyra största företagens marknadsandel. I jämförelse med internationella marknader är emellertid koncentrationen enligt båda måtten mycket lägre – vilket också är i linje med förväntningarna.

Våra marginalmått har möjligen ökat trendmässigt men volatiliteten är hög vilket gör det svårt att urskilja en tydlig trend. Kapitalavkastningen har under större delen av perioden legat på nivån 10–11 procent men har en tydlig topp på cirka 13 procent år 2021. Nivån är alltså ungefär densamma som för internationella marknader men trenderna ser delvis olika ut. I båda fallen gäller dock att avkastningen ökade ordentligt under pandemin. Den dynamiska konkurrensen ser ut att ha försvagats på ungefär samma sätt som för de företag som verkar på internationella marknader, med stigande persistens i topp 5 och med fallande andel anställda i nya företag.⁷⁹

⁷⁹ Kravet på minsta aktiekapital sänktes i april 2010 till 50 000, från 100 000, vilket kan vara en delförklaring till ökningen av nyföretagande just 2011 och nedgången i andel anställda i unga företag 5 år senare. Det är noterbart att denna tillfälliga uppgång bara syns på i den nationella kategorin.

Figur 11 Marknadsstruktur, resultat och dynamik på nationella marknader



Not: Vinstpåslag, ROA och vinstmarginal beräknade som dubbel-viktade genomsnitt (se figur 6 ovan). Resterande mått beräknas som viktade genomsnitt över alla branscher. Marknad definieras efter företagens branschtillhörighet utifrån SNI-2007 på fem-siffernivå. Gråmarkerade tidsintervall indikerar finanskrisen, Eurokrisen och Covid19-krisen. Data: Serranodatabasen.

6.2.3 Marknader som klassificerats som lokala

Lokala relevanta marknader innebär alltså att HHI mätt på nationell nivå inte är relevant därför att det kommer att underskatta koncentrationen. Exempel på branscher med hög lokal koncentration men påtagligt lägre nationell koncentration är eldistribution, fjärrvärme och vatten och avlopp. För att få mer relevanta mått på koncentration finns för den här typen av branscher därför anledning att mäta HHI på lägre geografisk aggregationsnivå.

Det finns också många branscher med lokala marknader där koncentrationen visserligen blir högre med lokala marknader men där det inte finns skäl att tro att konkurrensproblemen är särskilt stora och där det sannolikt inte är motiverat med den mer komplexa analys som då skulle behöva göras. Exempel är trafikskolor, frisörer, restauranger och hantverkstjänster.

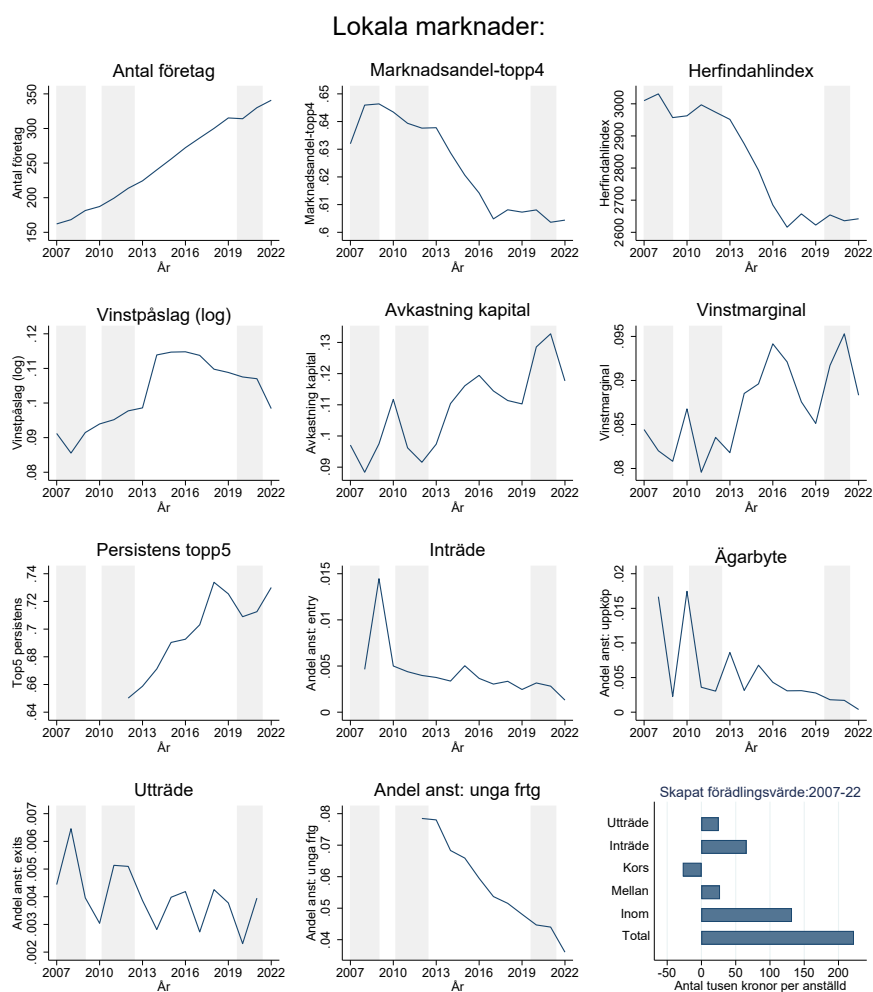
Detaljhandel är en stor kategori där relevant geografisk marknad brukar ses som lokal. Vi har valt att följa en sådan princip, med undantag för e-handel, även om det går att argumentera för att nationell prissättning och andra förhållanden för vissa branscher kan innebära att den relevanta geografiska marknaden är större. Ett data-tekniskt problem är att många detaljhandelsföretag är nationella eller internationella kedjor som agerar inom ett enda eller ett fåtal svenska aktiebolag även om de är verksamma på många orter. (Detsamma gäller förstås många andra lokalt verksamma nationella och internationella företag.)

Det finns också SNI-kategorier med mycket heterogena företag och där marknaden bör ses som lokal inom vissa segment och nationell inom andra. Exempel på detta är bygg, tvätt av textilier, advokatbyråverksamhet, revision och specialistvård. Det finns ett antal tämligen stora advokatfirmor som agerar mot stora kunder nationellt samtidigt som det finns många väldigt små advokatbyråer som har en utpräglat lokal profil. På motsvarande sätt sker konkurrensen om små byggprojekt på en lokal marknad medan konkurrensen om stora byggprojekt kan antas vara nationell eller i vissa fall internationell.

Vi har som huvudregel valt att klassificera SNI-grupper som innehåller lite av både nationella och lokala segment som nationella. Kategorin lokal reserveras därmed för grupper där vi bedömer att konkurrensen i huvudsak måste ses som lokal.

Vi har avgränsat 248 lokala marknader.

Figur 12 Marknadsstruktur, resultat och dynamik på lokala marknader



Not: Vinstpåslag, ROA och vinstmarginal beräknade som dubbel-viktade genomsnitt (se figur 6 ovan). Resterande mått beräknas som viktade genomsnitt över alla branscher. I samtliga fall görs beräkningarna på länsnivå och vägs därefter samman till nationella medeltal. Marknad definieras efter företagets branschtillhörighet utifrån SNI2007 på fem-siffernivå. Gråmarkerade tidsintervall indikerar finanskrisen, Eurokrisen och Covid19-krisen. Data: Serranodatabasen.

Den genomsnittliga (försäljningsviktade) marknadskoncentrationen på de marknader vi kategoriserat som lokala har sjunkit sedan 2007, då HHI var ungefär 3000 till en nivå strax över 2600. I beräkningarna som ligger till grund för figurerna har koncentrationstal etcetera beräknats per region (län) och sedan viktats ihop med försäljningsvärden per bransch och region. Marknaderna är således i medeltal relativt högt koncentrerade redan på regionnivå; i verkligheten kan konkurrensen på en del marknader antas utspelas på mindre marknader än så.

Koncentrationsgraden har dock, som nämnts, varit avtagande för lokala marknader. Marginalerna har likväl ökat under perioden och den genomsnittliga kapitalavkastningen har en uppgående trend. I stort ligger kapitalavkastningen på ungefär samma nivå som den för nationella och internationella marknader.

Det är också slående att de dynamiska måtten utvecklats på ett liknande sätt mellan de tre kategorierna av marknader. Även om konkurrensförutsättningarna skiljer sig åt så påverkas gissningsvis många företag i dessa olika kategorier på ett likartat sätt av konjunktur och kriser vilket slår igenom på marknadsdynamiken. Graden av persistens – andelen av de fem största företagen per bransch som fortsatt tillhör de fem största följande år – är nästan densamma och i alla tre fall stigande under perioden. In- och utträde, andel anställda i nya företag och ägarbyten är med något undantag fallande i alla tre kategorier och fördelningen av värdeskapande mellan in- och utträde, kors- och mellaneffekter samt ökat värdeskapande inom samma företag är snarlika.

6.3 Chocker och ägarsamband

Under den period som vi studerar påverkas företagen av flera olika typer av kriser eller chocker. Vissa kriser slår brett mot näringslivet i stort medan andra kan slå mer selektivt mot vissa branscher. Kriser som påverkar många branscher negativt kan för andra ge en positiv effekt. Effekten kan till och med variera mellan olika företag i samma bransch, beroende på till exempel faktorer som belåningsgrad och marknadspositionering. Ett exempel på det senare är att företag med lågprisprofil kan gynnas i kriser.

Finanskrisen kan i huvudsak karaktäriseras som en mer allmän efterfrågechock. Pandemin hade också ett starkt negativt inflytande på ekonomin som helhet men effekterna på enskilda branscher kunde vara mycket olika. Exempelvis drabbades besöksnäringen, restauranger och underhållning mycket hårt när konsumenterna i betydligt större utsträckning höll sig hemma. Konsumtionen flyttades i stället till andra områden som fungerade bättre under dessa förhållanden och intresset för underhåll och hemrenoveringar ökade exempelvis avsevärt.

Ur ekonomisk synvinkel kan det vara intressant att se hur en given chock, som till exempel påverkar efterfrågan, sedan avspeglas i andra konkurrensindikatorerna såsom lönsamhet och marknadsdynamik och vad som kan utläsas om marknadsförhållandena utifrån detta. Nedan diskuterar vi dessa frågor med utgångspunkt från två exempelbranscher som påverkades mycket olika av pandemin, gymanläggningsbranschen som drabbades hårt och träimpregneringsbranschen som erfor ökad lönsamhet.

Nedan kommer vi också kort att beröra frågan om betydelsen av att beakta ägarsamband när vi söker tolka våra konkurrensindikatorer. För våra syften är det mest väsentliga att ägarsambanden på den ur konkurrenssynvinkel relevanta marknaden beaktas, så att vi exempelvis kan ta hänsyn till om två bolag som verkar på samma relevanta marknad har samma huvudägare. Som nämnts tidigare kan ägandet också ge upphov till problem vid bedömningen av konkurrensen på lokala marknader. Ett företag som äger en kedja av butiker eller bensinstationer och alltså är verksamt på många lokala relevanta marknader kan i näringslivsstatistiken hänföras till den ort där bolagets huvudkontor har sitt säte. Detta överdriver bolagets styrka på den

orten samtidigt som att det ser ut som om det inte alls är verksamt på de lokala marknaderna, och alltså får konkurrensen att se svagare ut där. Vårt fokus nedan är dock på den förstnämnda frågan, som vi diskuterar med utgångspunkt från veterinärbranschen.

6.3.1 Chocker

Drift av gymanläggningar

Gymanläggningsbranschen (mätt som företag i kategorin drift av gymanläggningar) har under hela undersökningsperioden präglats av att antalet företag växer i långsam takt samtidigt som marknadskoncentrationen, mätt som HHI, faller.^{80, 81}

Konkurrensen antas äga rum på kommunnivå och figuren nedan avspeglar alltså en försäljningsviktad aggregering över kommuner. Konkurrenssituation på marknaden påverkas också av närvaron av gymverksamhet som drivs i kommunal regi, vilket analyseras i en rapport av Konkurrensverket. Konkurrensverket finner att effekten av den offentliga säljverksamheten varierar mellan kommuner men att kommuner med kommunala gym tenderar att ha färre privata gym än man annars skulle ha förväntat sig.

I rapporten görs också en noggrann inventering av gymmarknaden och man finner att 57 procent av gymmen är fristående, 38 procent tillhör en kedja och 5 procent drivs i offentlig regi. Konkurrensverket noterar också att kedjorna expanderar och att det har genomförts en rad fusioner och förvärv under senare år.

Givet att marknadskoncentrationen mätt som genomsnittligt försäljningsviktat HHI på kommunnivå inte ökar utan tvärtom faller kraftigt (se figur 13 nedan) tyder detta på att kedjornas expansion i så fall tar sig uttryck i att de dels tar över existerande verksamheter på lokala marknader, dels etablerar sig på nya orter där deras konkurrenter redan tidigare var verksamma. Något paradoxalt blir alltså effekten att den uppmätta konkurrensgraden på kommunal nivå – vilket vi menar är mer korrekt – misslyckas med att fånga den nationella trenden mot ökad konsolidering av branschen. På nationell nivå försvinner nischaktörer som kan utmana de stora kedjorna men på kommunal nivå ökar kundernas valmöjligheter.

Gymbranschen tillhör de branscher som påverkades mycket negativt av Covid19-krisen. Dels resulterade de restriktioner som infördes i samband med pandemin, som innebar att varje besökare själv skulle kunna disponera 10 kvadratmeter, en kraftig begränsning av det potentiella utbudet. Dels innebar sjukdomsfallen i sig, den varsamhet som skulle iaktas vid symptom och oron för att riskera att bli

⁸⁰ Konkurrensverket. *Konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet på gymmarknaden*, rapport 2022:2. Stockholm: KKV, 2021.

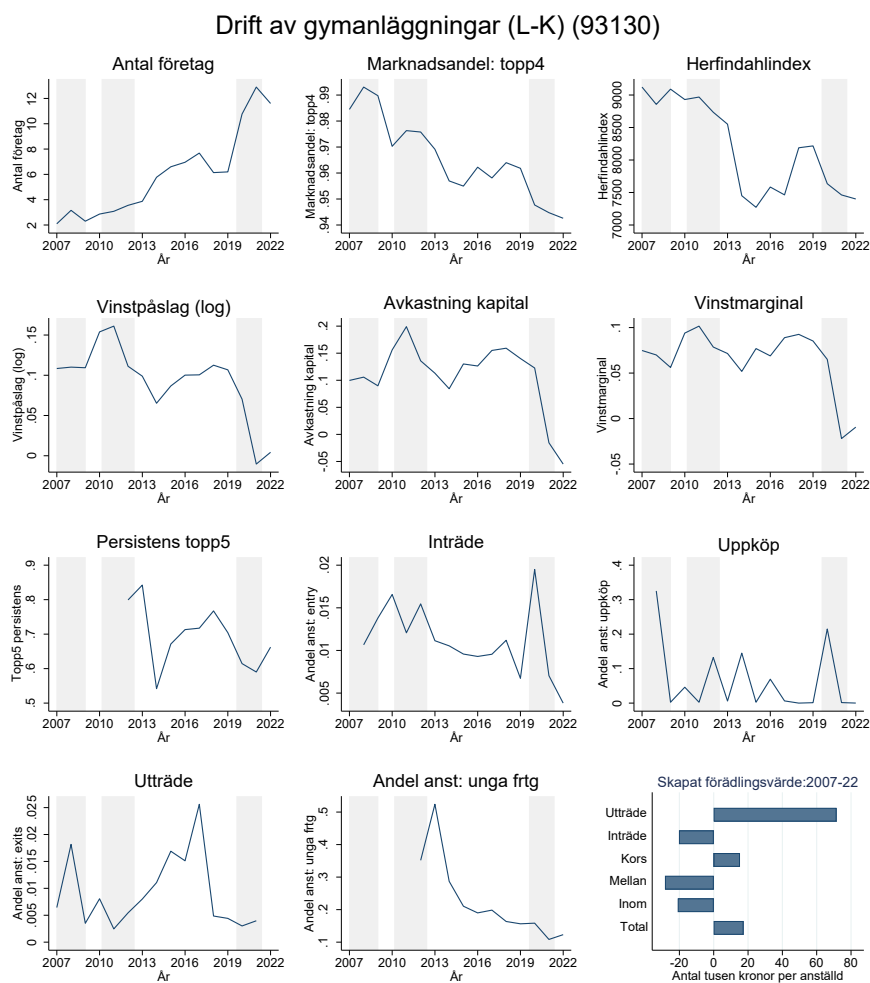
⁸¹ Som konstateras i en rapport från Konkurrensverket (2022) så är emellertid endast 57 procent av gymanläggningarna registrerade under rätt SNI-kod (SNI 93130). Då syftet här främst är att illustrera effekten av chocker bortser vi från detta problem.

smittad att efterfrågan minskade. Sammantaget fick pandemin ett mycket stort negativt genomslag på branschen vilket i figuren nedan avspeglas i kraftigt fallande lönsamhet.

Pandemi-nedgången tycks däremot inte ha resulterat i någon nämnvärd utslagning, vilket delvis kan förklaras av de statliga pandemistödsåtgärderna som bidrog till att täcka fasta kostnader för drabbade näringsidkare. Överhuvudtaget tycks marknaderna vara mycket stabila och persistensen relativt hög över hela perioden. Den svagt positiva ökningen av förädlingsvärde per anställd drivs i sin helhet av att de minst produktiva företagen slås ut medan flera av de andra komponenterna faktiskt är negativa. Detta gäller både effekten av nyinträdande företag och inomföretags-effekten.

Efter pandemin tycks återhämtningen åtminstone initialt vara tämligen begränsad att döma av lönsamhetsindikatorerna. Det är möjligt att nedgången i efterfrågan efter pandemin kan ha viss persistens. Under pandemin förändrades vanor och efterfrågan riktades mot substitut till gymanläggningar. Det kan ta tid att vinna tillbaka kunder som etablerat andra vanor. Men det kan också vara så en effekt av att kedjorna på ett aggressivt sätt etablerat anläggningar på allt fler orter.

Figur 13 Drift av gymanläggningar



Not: Drift av gymanläggningar (SNI2007: 93130) klassificerad som lokal marknad (L). Vinstpåslag, ROA och vinstmarginal beräknade som dubbel-viktade genomsnitt (se figur 6 ovan) på kommun-nivå (K) Alla mått sedan sammanvägda till nationella medeltal. Gråmarkerade tidsintervall indikerar finanskrisen, Eurokrisen och Covid19-krisen. Data: Serranodatabasen.

Träimpregnering

Enligt Svenskt Trä utgjorde impregnerade trävaror cirka 13 procent av den svenska konsumtionen av trävaror av barrträd år 2018.⁸² På Träskyddsföreningens hemsida Träskydd uppges att under 2021 exporterades 42 procent av den totala volymen NTR-klassat impregnerat trä i Sverige.⁸³ Man konstaterar också att marknadsutsikterna för närproducerade träprodukter i ett längre perspektiv är goda och gynnas av utvecklingen mot cirkulära byggmaterial med mindre klimat- och miljöavtryck inom byggsektorn.

⁸² Svenskt Trä. Skogsindustri. Artikel på hemsida uppdaterad 2021-05-05 och hämtad 2024-07-27. Stockholm: Svenskt Trä, 2021. <https://www.traguident.se/om-tra/materialet-tra/skogsbruk/skogsbruk/skogsindustri/>

⁸³ Svenska Träskyddsföreningen, *Träskyddsbranschen*. Artikel på hemsida hämtad 2024-07-27. Stockholm: Svenska Träskyddsföreningen, 2024. <https://traskydd.com/traskyddsforeningen/traskyddsbranschen/>

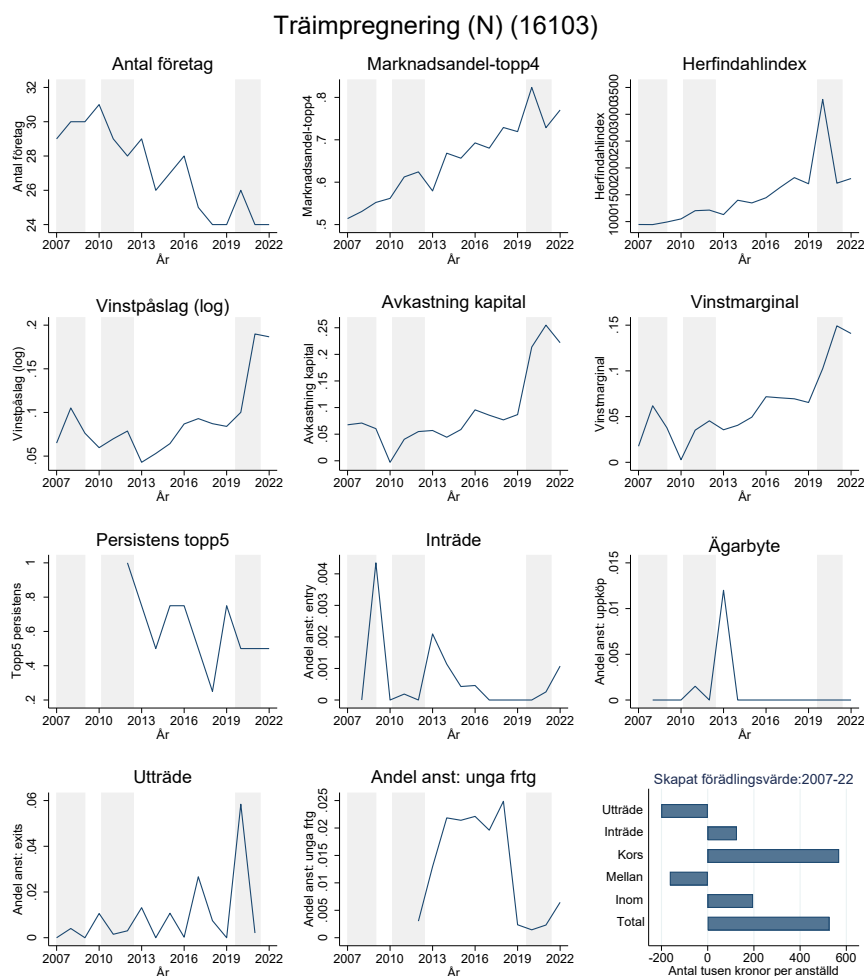
Träimpregneringsbranschen är i många avseenden gymanläggningsbranschens motsats. Här kan vi notera att antalet företag gradvis minskar över tid och att marknadsandelen för de fyra största företagen liksom marknadskoncentrationen sakta men säkert ökar. Att döma av den höga nivån på CR-4 i slutet av perioden kombinerat med en relativt modest nivå på HHI kan man dra slutsatsen att marknadsandelarna bland de största företagen måste vara relativt jämnt fördelade, i alla fall på nationell nivå.

Träimpregneringsbranschen tillhör också de branscher som tycks ha gynnats av pandemin, givet den kraftigt ökade genomsnittliga lönsamheten. Den stora men tillfälliga ökningen av marknadskoncentration i samband med pandemin tyder på att det framför allt var de största företagen som svarade mot den ökade efterfrågan under pandemin.

Efter pandemins slut faller lönsamhetsindikatorerna tillbaka något, men inte mycket, medan marknadskoncentrationen återgår till pre-pandemisk nivå. Detta tyder på att priser och marginaler har bibehållits på en hög nivå medan omsättningen minskat för de största aktörerna. Det ser alltså inte ut som om konkurrensen på marknaden har förmått pressa tillbaka marginalerna, åtminstone inte på kort sikt. Det återstår att se om konkurrensen tar ut sin rätt på lite längre sikt och om marknaden därmed uppvisar ett så kallat "rockets and feathers"-mönster, där tillfälliga chocker som ökade kostnader eller högre efterfrågan resulterar i omedelbara prishöjningar medan anpassningen nedåt, när chocken upphört, är betydligt långsammare.⁸⁴

⁸⁴ Peltzman, 2000. Här bör påpekas att vi ovan noterat att lönsamheten inte heller normaliserats i branschen för drift av gymanläggningar och i den branschen ledde ju pandemin till *låg* lönsamhet.

Figur 14 Träimpregnering



Not: Träimpregnering (SNI2007: 16103), klassificerad som nationell marknad (N)
 Konkurrensindikatorer enligt figur 11, försäljningsviktade på nationell nivå (N).

6.3.2 Ägarsamband

Veterinärtjänster

Marknaden för djursjukvård har vuxit kontinuerligt under undersökningsperioden och antalet anställda har enligt Svensk Djursjukvård (2022) ökat från drygt 2000 år 2007 till över 6000 under 2021. Antalet företag har också ökat stadigt över perioden men en mycket stor andel av dess utgörs av små företag med 0 eller 1-4 anställda (Svensk Djursjukvård, 2023). Den största förändringen på marknaden under perioden har varit de stora strukturaffärer som genomfördes 2011–2012, vilka sannolikt har påverkat konkurrensförutsättningarna på marknaden.

Evidensia bildades 2012 genom en sammanslagning av fyra djursjukhus med riskkapitalbolaget Valedo, två stiftelser och veterinären Olof Skarman som ursprungliga investerare. Verksamheten expanderade snabbt och bolaget såldes 2014 till EQT.

År 2017 slogs Evidensia ihop med IVC, ett brittiskt bolag i samma bransch bildat 2011, och utgör nu ett ledande företag på den europeiska marknaden. Bolaget har efter 2021 etablerat sig i Nordamerika och förvärvat det ledande kanadensiska företaget.

Under 2011 bildade Fidelio Capital och Stiftelsen Djursjukhus i Stor-Stockholm Anicura genom en sammanslagning av nordiska djursjukhus. Nordic Capital blev majoritetsägare 2014 och verksamheten, som nu är ett av Europas ledande företag i branschen, förvärvades 2018 av det amerikanska företaget Mars Veterinary Health. Enligt Konkurrensverket hade Evidensia och Anicura under 2016 en sammanlagd marknadsandel på ungefär 40 procent.⁸⁵

När vi ska studera förhållandena på veterinärverksamhetsbranschen blir det på grund av egenskaperna hos data svårt att få fram en rättvisande bild. Ett problem är att Evidensias hela verksamhet i statistiken hänförs till Stockholm, vilket gör att en figur som presenterar grafer som representerar förhållandena på lokal nivå kan ge en felaktig bild av marknadskoncentrationen. Stockholm kommer att te sig mer koncentrerat på grund av att all Evidensias verksamhet hamnar där, och på de andra lokala marknader där Evidensia är verksamt kan den uppmätta marknads-koncentrationen både bli alltför hög och alltför låg.⁸⁶

Om vi i stället studerar en figur som är beräknad *som om* konkurrensen sker på nationell nivå neutraliseras effekten av Evidensias registrering men vi får två andra problem. Eftersom Anicuras verksamhet är uppdelad på olika bolag framstår dessa i stället som konkurrerande bolag om vi inte beaktar ägarsamband. Dessutom är det sannolikhet inte så att konkurrensen för veterinärtjänster sker på nationell nivå.

För att kunna redovisa en rättvisande bild av marknadsstrukturen på lokal nivå, till exempel kommunnivå, skulle vi därför behöva information om lokala arbetsställen och deras omsättning och lönsamhet. I avsaknad av detta kan det vara värdefullt att betrakta hur figurer framställda under olika antaganden skiljer sig åt för att få en bättre helhetsbild.

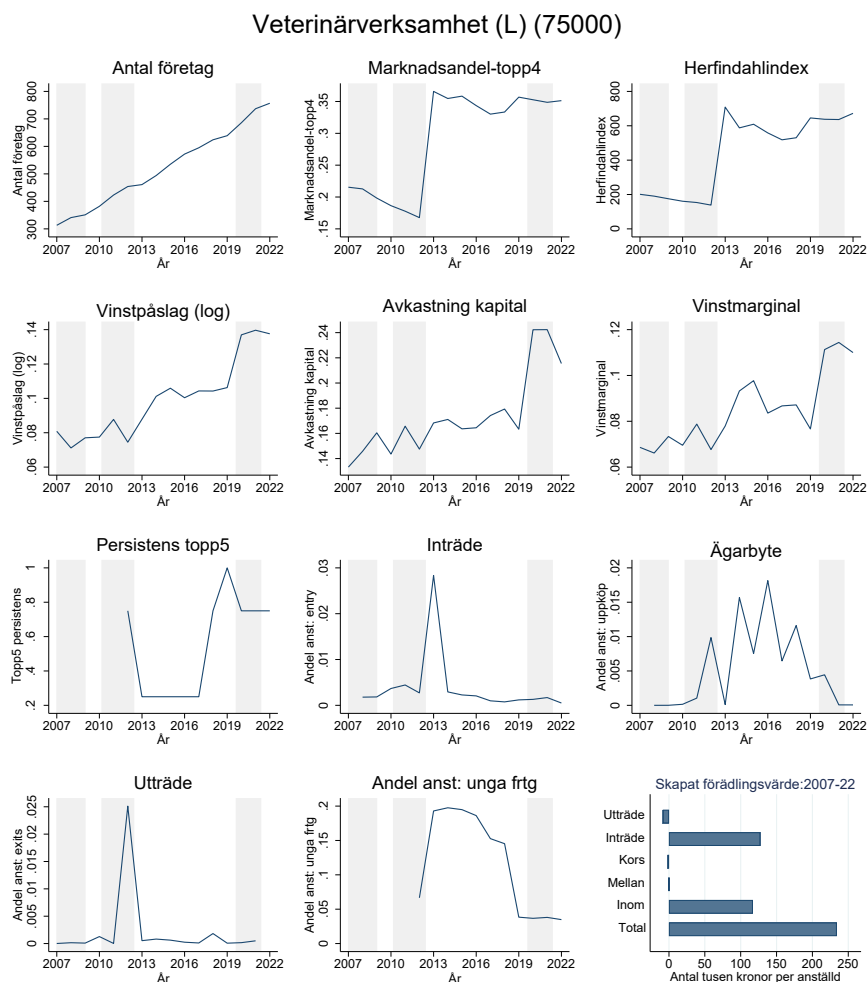
⁸⁵ Konkurrensverket. Konkurrensen i Sverige, rapport 2018:1. Kapitel 19 Djursjukvårdsmarknaden, Stockholm: KKV, 2018.

⁸⁶ Om marknaden egentligen är ett duopol kommer den att se ut som ett monopol när Evidensias omsättning inte räknas med. Om Evidensia är en dominerande aktör på en lokal marknad med ett antal mindre näringsidkare kommer marknadskoncentrationen i stället att se mycket lägre ut än vad den egentligen är.

Nationell marknad

Nedan har vi först en figur som illustrerar marknaden som om konkurrensen var nationell utan att beakta ägarsamband.

Figur 15 Veterinärverksamhet

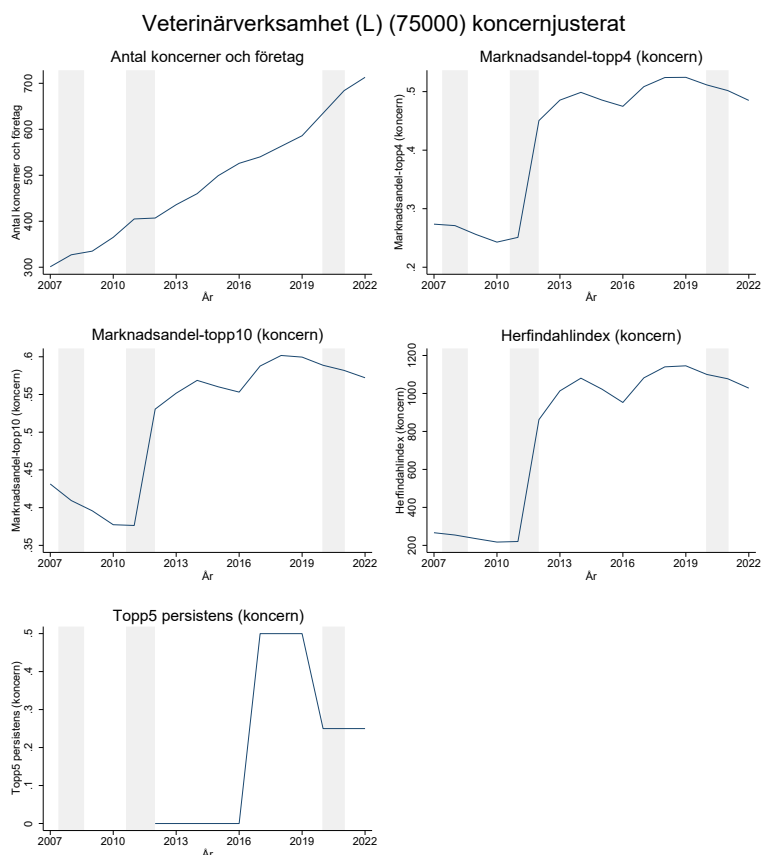


Not: Veterinärverksamhet (SNI2007:75000), klassificerad som lokal marknad (L). Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå utan beaktande av ägarsamband.

Nationell marknad med hänsyn till ägarsamband

Nästa figur illustrerar hur marknadsstrukturindikatorerna ser ut om vi tar hänsyn till koncerngemenskap.

Figur 16 Veterinärverksamhet, koncernjusterat



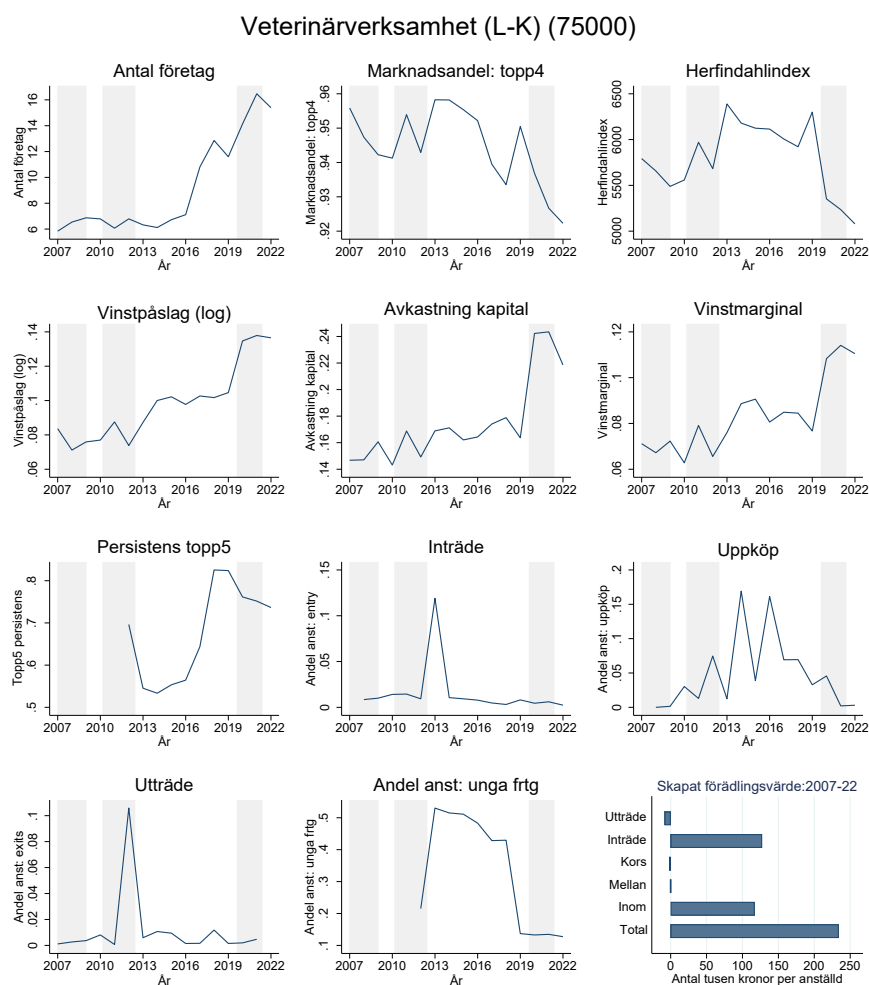
Not: Veterinärverksamhet (SNI2007:75000), klassificerad som lokal marknad (L). Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå med beaktande av ägarsamband.

Som förväntat ökar måtten marknadskoncentration på nationell nivå när koncerngemenskap beaktas. Denna figur illustrerar mer rättvisande vilken utbredning de nationella kedjorna har fått i kölvattnet av strukturaffärerna.

Lokal marknad

Som vi konstaterade ovan är den relevanta geografiska marknaden knappast nationell och därför blir indikatorerna avseende marknadsstruktur ovan mindre informativa om konkurrensförutsättningarna på lokal nivå. Låt oss nu därför betrakta en figur där konkurrensen i stället antas ske på kommunal nivå, där vi får ha i minne att graferna avseende marknadskoncentration kan ha påverkats av de dataproblem vi diskuterade tidigare.

Figur 17 Veterinärverksamhet, lokal marknad



Not: Veterinärverksamhet (SNI2007:75000). Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på kommunal nivå (se figur 13) utan beaktande av ägarsamband.

Här ser vi att marknadskoncentrationen knappast alls påverkas av strukturaffärer-na, vilket är rimligt om respektive kedja i stor utsträckning i huvudsak har tagit över existerande kliniker på lokala marknader och inte ägnat sig åt nyinträde i så stor omfattning. Man kan se en relativt kraftig ökning av nya företag men som framgår av koncentrationsmåten, där CR-4 stadigt ligger över 90 procent under hela perioden, rör detta sig i huvudsak om mycket små företag.

Vi kan notera att på denna nivå är kedjornas utbredning inte ens synlig. Här fram-träder i stället en bild av koncentrerade lokala marknader där konkurrensförutsätt-ningarna varit mer eller mindre oförändrade över tid vad avser marknadsstruktur.

Vad gäller lönsamhetsindikatorerna (som är desamma i figur 15 och 17) kan vi se att de visar tecken på en uppåtgående trend efter strukturaffärerna vilket tyder på att dessa ändå kan ha påverkat konkurrensförhållandena. Det kan vara, men behöver inte vara, ett tecken på ökad marknadsmakt. Så skulle vara fallet om den förbättrade lönsamheten avspeglar högre marginaler på samma tjänster. Det är svårare att

uttala sig om så också är fallet om exempelvis mer avancerad vård erbjuds till högre marginaler, inte minst när kostnaderna till stor del absorberas av försäkringar. Kedjorna kan ha bättre möjligheter, och kanske också starkare incitament, att erbjuda mer avancerad vård om de kan erbjuda en mer vertikalt integrerad vårdkedja från lokal veterinär till djursjukhus.

Det är också tydligt att pandemin hade en mycket stark effekt på lönsamhetsindikatorerna för veterinärbranschen. Pandemin medförde en starkt ökad efterfrågan på sällskapsdjur, vilket också påverkar efterfrågan på djurförsäkringar och veterinärtjänster. Det är intressant att notera att lönsamhetsindikatorerna är fortsatt höga 2022, efter att pandemin upphört, även om de fallit tillbaka något, i likhet med situationen för träimpregnering som diskuterades ovan.

Det lite större fallet i avkastning på kapital kan tolkas som att marginalerna är fortsatt höga men att försäljningen minskat något. Det förefaller emellertid troligt att efterfrågan på veterinärtjänster inte kommer att falla särskilt mycket, åtminstone på medellång sikt, då efterfrågan sannolikt betingas av stocken sällskapsdjur och möjligtvis också kan tänkas öka med djurens ålder. Svensk Djursjukvård räknar dock med en viss nedgång framgent som följd av det sämre konjunkturläget.⁸⁷

⁸⁷ Svensk Djursjukvård. *Branschrappport 2023*. Stockholm: Svensk Djursjukhusvård, 2023.
https://www.grona.org/imagevault/publishedmedia/q6wptppdh5hd1pmoeu1w/Branschrappport_-_Svensk_Djursjukva-rd_2023.pdf?download=0.

7 Tidigare studier

Nedan diskuteras kort tre utländska studier som i likhet med vår studie har till syfte att på ett pragmatiskt sätt försöka att empiriskt följa utvecklingen av konkurrensen över tid på olika enskilda produktmarknader. De skiljer sig därvidlag från de forskningsstudier som diskuterades i kapitel 3.1 som dels är mer metodorienterade och dels i de flesta fall har mer av ett makroperspektiv.

7.1 Norge

Stemland Eide, Erraia och Grimsby analyserar förändringar i branschkoncentration, förändringar i lönsamhet och sambandet mellan koncentration och lönsamhet i norskt näringsliv för perioden 2000 till 2018.⁸⁸ Analysen bygger på bokföringsdata från en så gott som heltäckande databas. Koncentration mäts med HHI, alternativt med HHI justerad för koncernstruktur och minoritetsäggande. Lönsamhet mäts som EBIT-marginal, EBITA-marginal, marginal (eller mark-up, det vill säga intäkter minus driftskostnader i förhållande till driftskostnader) eller avkastning på totalt kapital (ROA).

En fråga som ägnas mycket uppmärksamhet är hur marknaden ska avgränsas. Författarna argumenterar för att det blir missvisande att använda NACE-koder, oavsett om detta görs på tre-, fyr- eller femsifternivå. Marknader kan bli såväl för breda som för snäva på tresifternivå; i stället har författarna gjort egna bedömningar av hur de cirka 800 branscherna på femsifternivå kan aggregeras till något som liknar relevanta produktmarknader. De kommer fram till totalt 180 branscher, varifrån fyra kategorier exkluderas. För det första branscher där icke-vinstdrivande företag dominerar, för det andra exportinriktade branscher, för det tredje branscher där franchising dominerar och för det fjärde branscher som författarna bedömer inte motsvarar relevanta produktmarknader. När dessa kategorier uteslutits återstår 100 branscher. Deras avgränsningar finns rapporterade i ett appendix.

Rapporten finner att koncentrationen minskat, att lönsamheten ökat enligt två mått men varit stabil enligt två, samt att det finns ett visst positivt samband mellan koncentration och lönsamhet för tre av fyra lönsamhetsmått. Detta samband försvinner dock om standarddefinierade marknader (till exempel NACE på tresifternivå) används eller om exportinriktade branscher inkluderas.

Utöver den egna analysen refereras ett antal publicerade studier där liknande frågeställningar applicerats på data från andra länder. Den norska rapporten har särskild fokus på koncern- och minoritetsäggande.

⁸⁸ Stemland Eide, Erraia och Grimsby (2022) Industry Concentration and profitability in Europe – the case of Norway, Konkurrensutskottet, rapport 1/2022.

7.2 Storbritannien

År 2020 publicerade CMA den första State of Competition report och 2022 kom den andra rapporten i vad som är tänkt att bli en regelbundet återkommande serie.⁸⁹ Uppdraget från den brittiska regeringen är att rapporten på ett tillförlitligt, trovärdigt, tillgängligt och transparent sätt ska beskriva hur konkurrensen utvecklas i Storbritannien samt ge både uppdragsgivaren och uppdragstagaren sådan information att de mer effektivt kan verka för förbättrad konkurrens. CMA förutskickar fortsatt metodutveckling inför kommande rapporter.⁹⁰

Rapporten baseras på mått på koncentration, lönsamhet (inklusive mark-up) och företagsdynamik (exempelvis rörlighet på topplistor för företag) samt på enkäter riktade till konsumenter och företagare. I stor utsträckning är rapporten baserad på officiell näringslivsstatistik (SIC) på firsiffernivå. Studien noterar att firsiffernivå antagligen innebär alltför brett definierade marknader.⁹¹ Jämförelser görs med ett antal akademiska och andra studier som i flertalet fall konstaterat ökande koncentration i USA, medan studier avseende Europa ger ett mer blandat resultat.⁹²

Koncentration mäts både med HHI och CR-mått som CR5 och CR10 och baseras på ONS BSD-data.⁹³ Ett antal olika mått används. Beräkningarna görs exempelvis både omsättningsviktade och baserade på medianen. Justeringar görs för gemensamt ägande. Likaså görs justeringar för import och export i syfte att korrigera koncentrationmått baserade på produktionsstatistik så att de bättre avspeglar koncentrationen vid försäljning till den brittiska marknaden. Detta kräver antaganden om hur exporten fördelas mellan företag (exempelvis samma exportandel för alla) liksom om hur importen fördelas. För importen används två olika antaganden för att ge ett undre respektive ett övre estimat för koncentration: att importen är extremt fragmenterad respektive att all import från ett visst land kommer från ett enda företag.⁹⁴

Analysen pekar på att koncentrationen ökade fram till ungefär 2010–2014 för att därefter minska. Särskilda analyser görs för ett antal branscher med hög omsättning. Vidare undersöks sambandet mellan inkomst, konsumtionsmönster och koncentration. Analysen visar att konsumenter med låg inkomst har ett konsumtionsmönster som gör att de i genomsnitt spenderar sina inkomster på marknader med högre koncentrationstal.

⁸⁹ Competition and Markets Authority. The state of UK competition report, 2020. London: CMA, 2020. & Competition and Markets Authority. The state of UK competition report, 2022. London: CMA: 2022.

⁹⁰ Se punkt 1.3 och 1.4.

⁹¹ CMA, not 76.

⁹² Vissa av studierna använder sig av internationella databaser, vilket förstås förbättrar möjligheten att jämföra trender och nivåer mellan länder.

⁹³ Business Structure Database hos Office of National Statistics.

⁹⁴ Det senare är inte nödvändigtvis ett övre mått eftersom ett och samma multinationella företag kan bedriva export till Storbritannien från många avsändarländer. I praktiken torde dock ansatsen vara rimlig.

Analysen av lönsamhet bygger på databasen FAME, som i sin tur bygger på bokföringsdata inrapporterade av företag med fler än 250 anställda. CMA studerar EBIT-marginal och ROCE (avkastning på sysselsatt kapital), vilka kan beräknas direkt från bokföringsdata, samt mark-up.⁹⁵ Den senare skattas med den metod som används i De Loecker, Eeckhout och Unger, det vill säga genom kostnadsandelar för input.⁹⁶ De tre måtten ger olika resultat. Skattad mark-up ökar under perioden, EBIT-marginalen är konstant medan ROCE faller. Det senare kan förklaras av fallande kapitalkostnad (fallande marknadsräntor) under perioden.

Ett antal dynamiska mått på förändringar av konkurrensen används också: företagets rangpersistens, lönsamhetspersistens, variation i marknadsandelar samt inträdes- och utträdesandelar. Rangpersistens definieras i rapporten som hur många av de tio största företagen i en bransch som är kvar på samma topplista ett år senare; lönsamhetspersistens definieras utifrån hur många av de 10 procent mest lönsamma företagen i en bransch som tillhör de 10 procent mest lönsamma företagen följande år, där lönsamhet kan definieras enligt ovan. Som mått på inträde och utträde används det totala antalet nya företag respektive försvunna företag, per bransch, i BSD-databasen. På aggregerad nivå är företagsdynamiken relativt stabil med detta mått. Rapportens mått på dynamisk konkurrens pekar åt olika håll, men med en svag övervikt i riktning mot tilltagande persistens.

Rapporten använder huvudsakligen två mätningar av konsumenters attityder. Dels en enkät riktad till knappt 6600 personer om problem de upplevt i samband med köp av varor eller tjänster det senaste året, dels det brittiska kundnöjdhetsindexet som tas fram branschvis sedan 2008.

Den förra enkäten jämförs med den liknande European Commission Consumer Market Monitoring Survey och kan användas för att jämföra branscher. De två studierna ger en liknande bild av vilka branscher som kännetecknas av de största problemen. Bland dessa finns exempelvis resetjänster, elektronik och internet-abonnemang. Enkäten kan vidare användas för att jämföra olika försäljningskanaler (exempelvis telefonförsäljning, e-handel, fysisk handel) eller olika socioekonomiska grupper (konsumenter med olika ålder, inkomstnivåer, etnisk tillhörighet). Den senare enkätstudien pekar mot en gradvis något ökande kundnöjdhet i Storbritannien.

Rapporten använder också ett antal enkäter riktade till små och medelstora företag med frågor om vad företagen ser som de främsta hindren för expansion och innovation.

⁹⁵ Måttet ROA, som den norska studien använde, fokuserar på effektiv användning av samtliga företags *tillgångar* medan ROCE fokuserar på effektiv användning av företagets operationella kapital, det vill säga en smalare kapitalbas. I praktiken torde skillnaden mellan måtten inte ha någon större betydelse när utvecklingen över tid för stora aggregat av företag studeras.

⁹⁶ De Loecker, Jan, Jan Eeckhout och Gabriel Unger. "The rise of market power and the macroeconomic implications." *The Quarterly Journal of Economics* 135, Nr. 2 (2020): 561-644.

Avslutningsvis har den brittiska rapporten ett tematiskt kapitel som år 2022 behandlar digitala marknader och frågor som marknadsandelar för internetannonser, operativsystem för mobiler och molninfrastruktur.

7.3 Nya Zeeland

Schiff och Singh studerar konkurrenssituationen i Nya Zeeland.⁹⁷ Analysen avser perioden 2001 till 2016 och görs för 39 mycket breda branscher, om än med hänvisning till Maré och Fabling som i stället analyserar 318 branscher.⁹⁸ För de 39 branscherna beräknas HHI, marginal (definierad som intäkter minus rörliga kostnader) samt vinstelasticitet.⁹⁹ Författarna gör en ganska intuitiv analys av vilka branscher som över tid präglas av svag konkurrens samt av i vilka branscher de största förändringarna observerats under perioden.

Maré och Fabling använder samma mått plus CR20, alla fyra beräknade antingen med arbetskraftskostnader eller intäkter, för 39 eller 318 branscher. På de åtta måtten appliceras principalkomponentanalys (PCA).¹⁰⁰ Huvudsyftet är att studera huruvida det finns ett samband mellan det övergripande konkurrensmättet enligt PCA – och mått på produktivitetstillväxt. Författarna hittar inget stabilt sådant samband.

⁹⁷ Schiff, Aaron och Harkanwal Singh. *Competition in New Zealand: highlights from the latest data*. New Zealand Productivity Commission, 2019. Nedladdad från www.productivity.govt.nz.

⁹⁸ Maré, David C. och Richard Fabling. "Competition and productivity: Do commonly used metrics suggest a relationship?" Available at SSRN 3477077 (2019).

⁹⁹ Se till exempel Boone (2008) och efterföljande artiklar med olika medförfattare.

¹⁰⁰ Principalkomponentanalys är en statistisk metod som används för att reducera antalet variabler i ett dataset samtidigt som så mycket som möjligt av variationen i datan bevaras. [De nya variabelerna, kallade principalkomponenter, konstrueras så att de inte är korrelerade med](#) varandra.

8 Konkurrens i specifika branscher

8.1 Konkurrensen i bygg- och anläggningsbranschen

Bygg- och anläggningsbranschen har ofta beskrivits som en bransch med svag konkurrens och låg produktivitetstillväxt.¹⁰¹ Dessa förhållanden har i sin tur lyfts fram som förklaringar till höga byggkostnader. Ytterligare en förklaring är regleringar och tröga kommunala planprocesser.

I en rapport från 2006 argumenterar Konkurrensverket för att ökad användning av konkurrensmekanismer, exempelvis genom högre andel upphandling vid bostadsbyggande, bör kunna förbättra konkurrensen och sänka kostnaderna, men pekar också på att branschen är relativt koncentrerad och präglad av vertikal integration.¹⁰² Konkurrensverket lyfter i en annan rapport från 2013 framför allt fram den kommunala planprocessen som ett stort problem.¹⁰³ Konkurrensverket menar i en rapport från 2015 att konkurrensen förbättrats under det gångna decenniet, med något minskad koncentration och något ökat internationell konkurrens genom hela byggkedjan.¹⁰⁴

I en uppföljning från 2018 betonar Konkurrensverket att även om koncentrationen minskat något finns inga andra tecken på tilltagande konkurrens, samtidigt som de svenska byggkostnaderna i internationell jämförelse är höga.¹⁰⁵ Byggmaterialbranscherna, med hög koncentration och svag transparens, lyfts i rapporten fram som särskilt problematiska. Byggkonkurrensutredningen (SOU 2015:105) drar liknande slutsatser som Konkurrensverket och betonar bland annat planprocessen och annan hämmande reglering samt byggmaterialbranscherna.¹⁰⁶

Konkurrensverket har inom ramen för ett regeringsuppdrag 2021 fokuserat på byggmaterial och det förhållandet att byggmaterialpriserna i Sverige är klart högre än i flertalet jämförbara länder.¹⁰⁷ Cement-, mineralulls-, gips- och låsbranscherna pekas särskilt ut som präglade av hög koncentration, liksom försäljning och distribution av el- och VVS-artiklar. För flera av branscherna är inträdeshindren betydande. Andra förhållanden som lyfts fram i rapporten är (lojalitetsskapande) rabatter, kostnadsdrivande regleringar liksom att avtalen vid byggentreprenader

¹⁰¹ Se till exempel Bygghjälpen, SOU 2002:115.

¹⁰² Konkurrensverket. *Bättre konkurrens i bostadsbyggandet!* rapport 2006:2. Stockholm: KKV, 2006.

¹⁰³ Konkurrensverket. *Konkurrensen i Sverige*, rapport 2013:10. Stockholm: KKV, 2013.

¹⁰⁴ Konkurrensverket. *Bättre konkurrens i bostadsbyggandet? En uppföljning 2009-2012*, rapport 2015:4. Stockholm: KKV, 2015.

¹⁰⁵ Konkurrensverket. *Bättre konkurrens i bostadsbyggandet. En uppföljning av utvecklingen 2015-2018 samt en kartläggning av fortsatt utredningsbehov*, rapport 2018:7. Stockholm: KKV, 2015.

¹⁰⁶ SOU 2015:105 *Plats för fler som bygger mer*, betänkande av Byggkonkurrensutredningen. Socialdepartementet.

¹⁰⁷ Konkurrensverket. *Konkurrensen i byggmaterialindustrin. Redovisning av regeringsuppdrag att utreda och kartlägga konkurrensen i svensk byggmaterialindustri*, rapport 2021:4. Stockholm: KKV, 2021.

ofta är utformade på ett sätt som ger incitament att använda rabattkonstruktioner vid byggmaterialförsäljning.

I delavsnitt 4.1.1 visade vi hur koncentrationen utvecklats i bostadsbyggnadsbranschen: en redan låg koncentration hade under perioden avtagit ytterligare. I kapitel 9 presenterar vi ett förslag på en screening-metod för att identifiera marknader med konkurrensproblem utifrån allmänt tillgängliga data. Den föreslagna screening-metoden ger utslag för en bygg- och anläggningsbransch: den för anläggning av broar och tunnlar. Screening-metoden indikerar också fem byggmaterialbranscher som potentiellt skulle kunna vara problematiska, nämligen de för cement, glasfiber, fabriksblandad betong, murbruk respektive andra varor av betong, cement eller gips. Bland partihandelsbranscherna med byggvaror ges utslag för två branscher: partihandel med sanitetsgods respektive med VVS-varor.

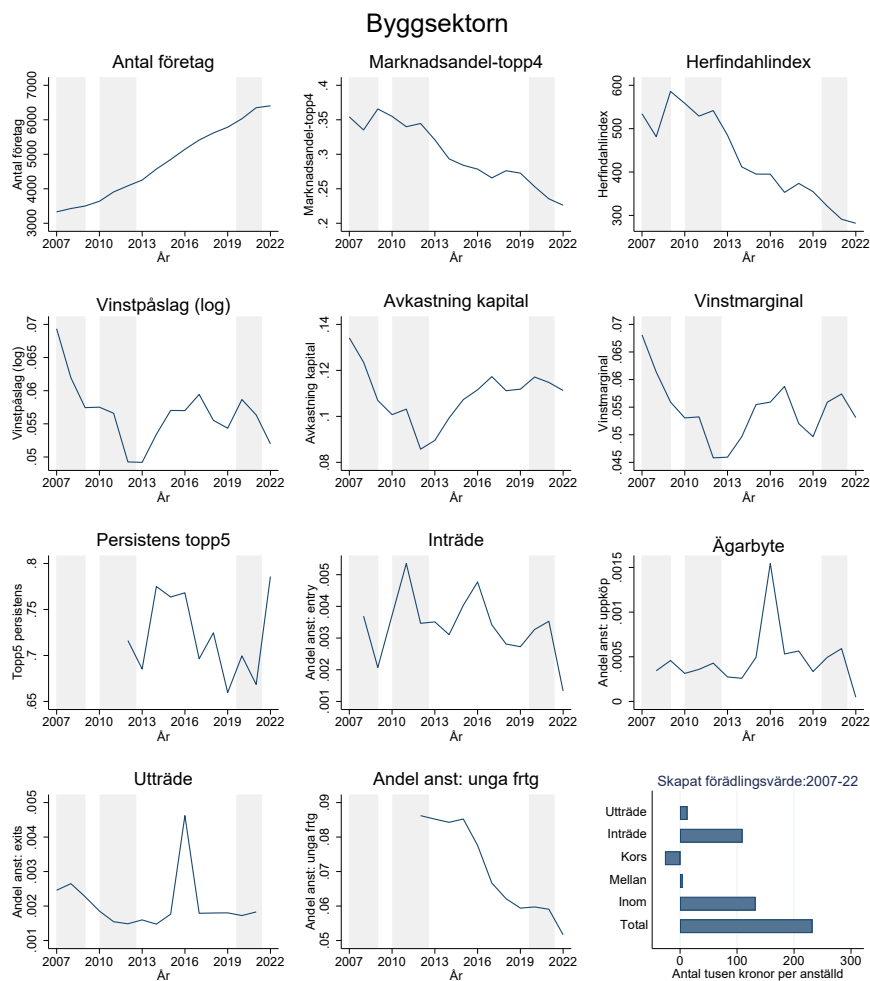
Vi noterar en rimligt god överensstämmelse mellan Konkurrensverkets analys och våra resultat, i det att tillverkning av och handel med byggmaterial framstår som mer problematiska än själva byggbranschen och även i vilka delar av byggmaterialsektorn som pekas ut. I båda fallen handlar det om cement, gips och närliggande branscher samt om bland annat VVS. I viss mån går det att se en överensstämmelse också i det att de problem som finns i byggbranschen och som direkt är kopplade till marknadsmakt i så fall återfinns i de delarna av branschen som domineras av de allra största företagen.

8.1.1 Bygg och anläggning

På femsiffernivå finns två byggbranscher, sju anläggningsbranscher och ett tjugotal underleverantörsbranscher som exempelvis elinstallationer, målning respektive rivning.

Sammantaget är koncentrationsgraden i bygg- och anläggningsbranschen låg och avtagande, vilket framgår av figur 18 där de olika delbranscherna har viktats samman. Vinstpåslag, avkastning på kapital och vinstmarginal visar inte någon tydlig trend över perioden. Kapitalavkastningen är ungefär lika hög som för hela den svenska ekonomin (se figur 7). Liksom i hela ekonomin anas en negativ trend för nyinträde men för övriga indikatorer på dynamisk konkurrens finns ingen tydlig sådan trend. Andelen anställda i unga företag ökar fram till 2011, avtar därefter, men ligger för hela perioden på en jämförelsevis hög nivå. Nyttillträdande företag står också för en stor del av produktivitetstillväxten under perioden, ungefär hälften.

Figur 18 Byggsektorn

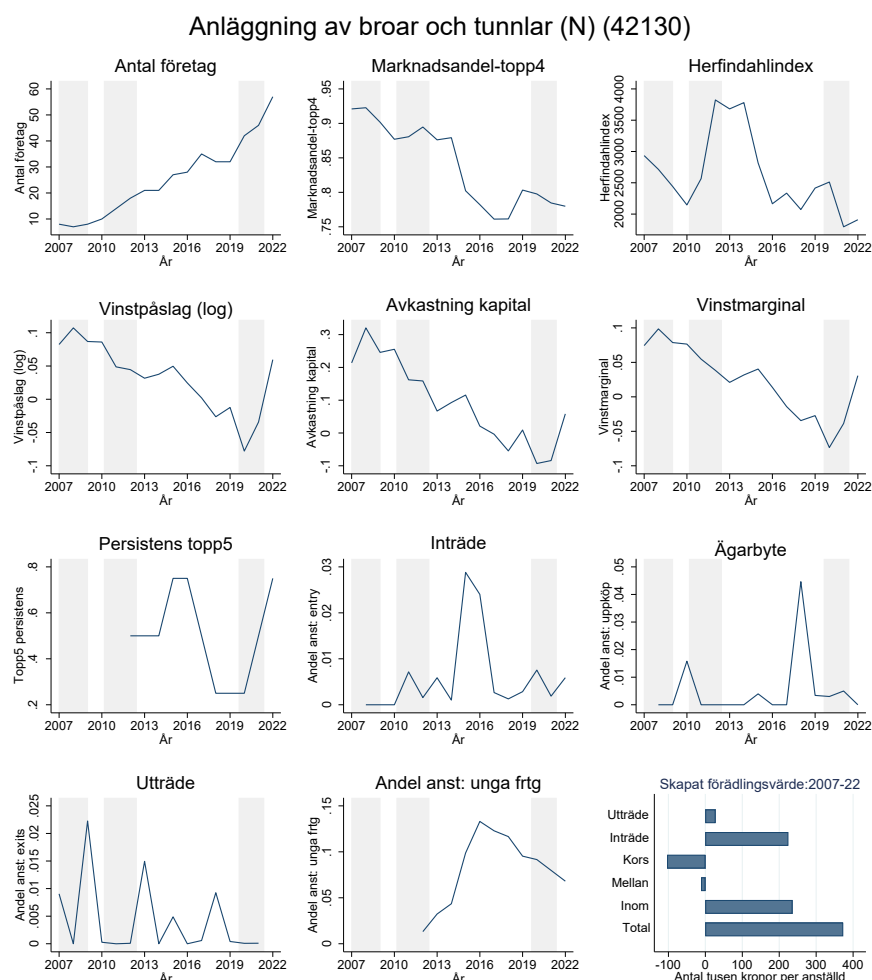


Not: Bygg- och anläggningsverksamhet. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå. Byggsektorn definieras utifrån de två-siffriga SNI-koderna 41–43.

Figur 19 visar motsvarande för undergruppen anläggning av broar och tunnlar. Under perioden har antalet företag stadigt ökat men samtidigt har koncentrationsgraden genomgående varit hög, med ett HHI över 2000 större delen av perioden, om än något avtagande. Merparten av de inträdande företagen har alltså varit små men ett mer betydande inträde skedde under 2015 och 2016 och resulterade i tydligt sjunkande koncentrationstal. Under perioden har alla tre lönsamhetsmått trendmässigt sjunkit till negativa värden kring 2020 men sedan vänt till låga positiva värden 2022, möjligtvis som följd av stödåtgärder i pandemins kölvatten. Trots tydliga tecken på dynamik har nytillträdande företag stått för en *lägre* andel av produktivitetsökningen under perioden, än motsvarande andel för hela bygg- och anläggningsbranschen. Exemplet understryker att en mekanisk tillämpning av vår screening-metod för att hitta problematiska branscher behöver kompletteras med en mer kvalitativ bedömning. Att lönsamhetsmåten sjunkit så kraftigt gör det osannolikt att stark marknadsmakt är i dagsläget ett stort problem. Däremot kan så ha varit

fallet i början av perioden. Mot slutet av perioden framstår i stället den svaga lönsamheten som potentiellt problematisk. Möjligen indikerar utvecklingen att Trafikverket förändrat sitt sätt att upphandla broar och tunnlår.

Figur 19 Anläggningar av broar och tunnlår



Not: Anläggning av broar och tunnlår. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

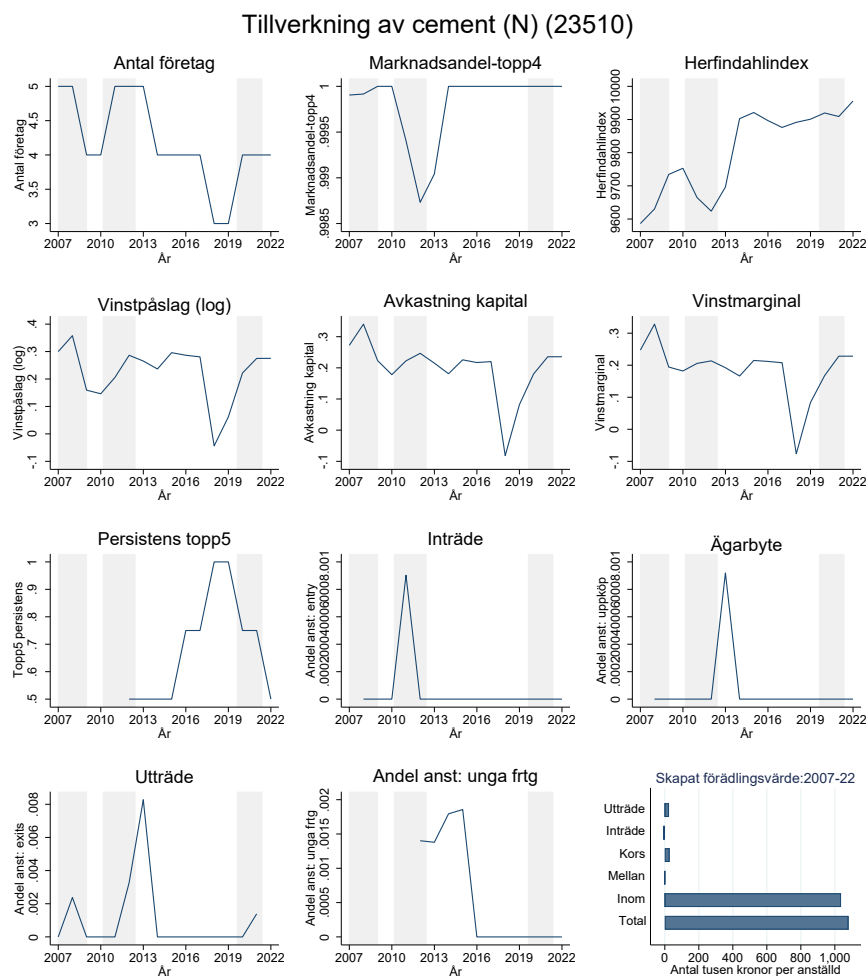
8.1.2 Byggmaterial

På femsiffernivå finns 13 delbranscher inom tillverkning av trävaror, varav drygt hälften helt eller delvis tillverkar byggmaterial. Även inom SNI-branschen kemiska produkter återfinns insatsvaror för bygg- och anläggningssektorn såsom tillverkning av färg respektive lim. Inom huvudgruppen plast- och gummivaror finns på motsvarande sätt byggplast. I huvudgruppen för icke-metalliska mineraliska produkter finns exempelvis planglas, gips, cement, betong, keramiska sanitetsvaror och mineralull – totalt närmare ett tjugotal SNI-branscher på femsiffernivå med relevans för bygg- och anläggningsindustrin. Även huvudgrupperna metallvaror respektive

elapparatur innehåller några detaljgrupper (SNI-grupper på femsiffernivå) som omfattar byggmaterial – exempelvis metallstommar, radiatorer och lås respektive ledningar och kablar, kabeltillbehör och belysningsarmatur.

Vi börjar analysen med att studera cement, glasfiber, fabriksblandad betong, murbruk respektive andra varor av betong m.m., det vill säga de fem byggmaterial-branscher vår screening-metod identifierat som potentiellt problematiska.

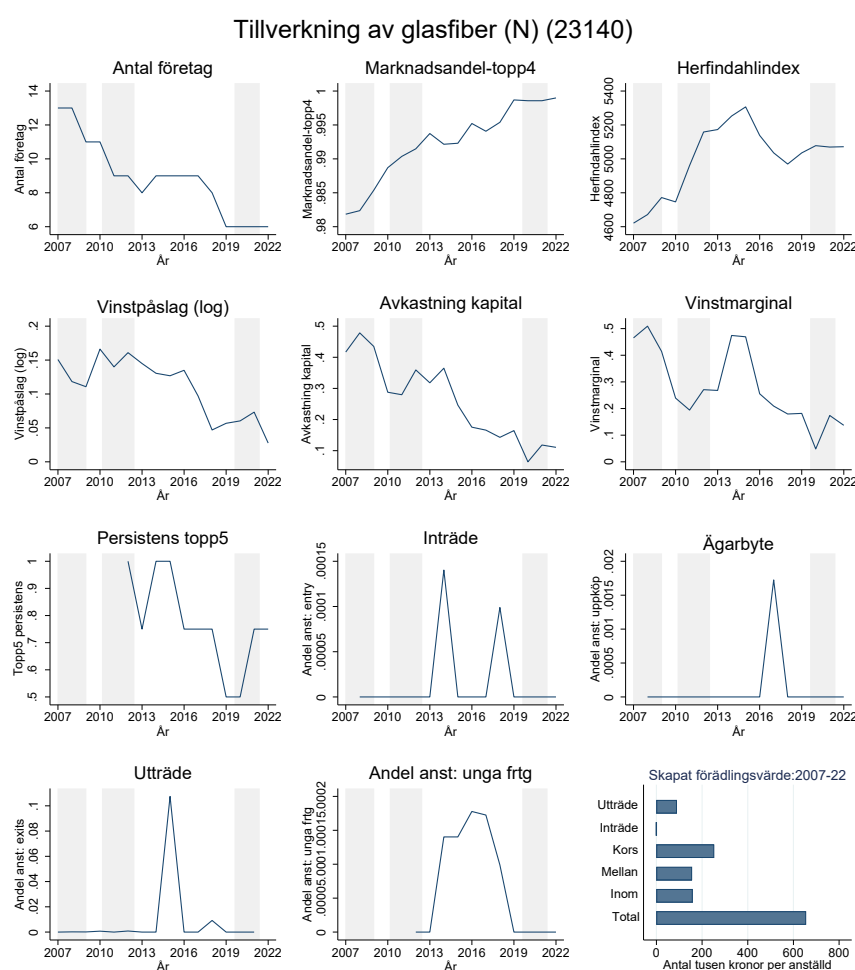
Figur 20 Tillverkning av cement



Not: Tillverkning av cement. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

Figur 20 visar att cementtillverkning är extremt koncentrerad, med i praktiken bara en tillverkare (ett HHI på nästan 10 000), Heidelberg Cement, även om en knappt märkbar och tillfällig minskning av koncentrationen kunde noteras 2012. Förutom en lika tillfällig nedgång i lönsamhet under 2018 har såväl vinstpåslag och vinstmarginal som kapitalavkastning varit höga under hela perioden. Det finns inte heller något tecken på dynamisk konkurrens. Ur kundperspektiv kan noteras att det förekommer en viss import av cement via det tyskägda företaget Schwenk AB. Enligt Konkurrensverket står importen för 10–15 procent av den svenska cementmarknaden och tillgodoser då huvudsakligen marknaden söder om Mälardalen, Utifrån indikatorerna på bristande konkurrens, och marknadsförhållandena i övrigt, framstår alltså cementbranschen som angelägen att prioritera för vidare analys.^{108, 109}

Figur 21 Tillverkning av glasfiber



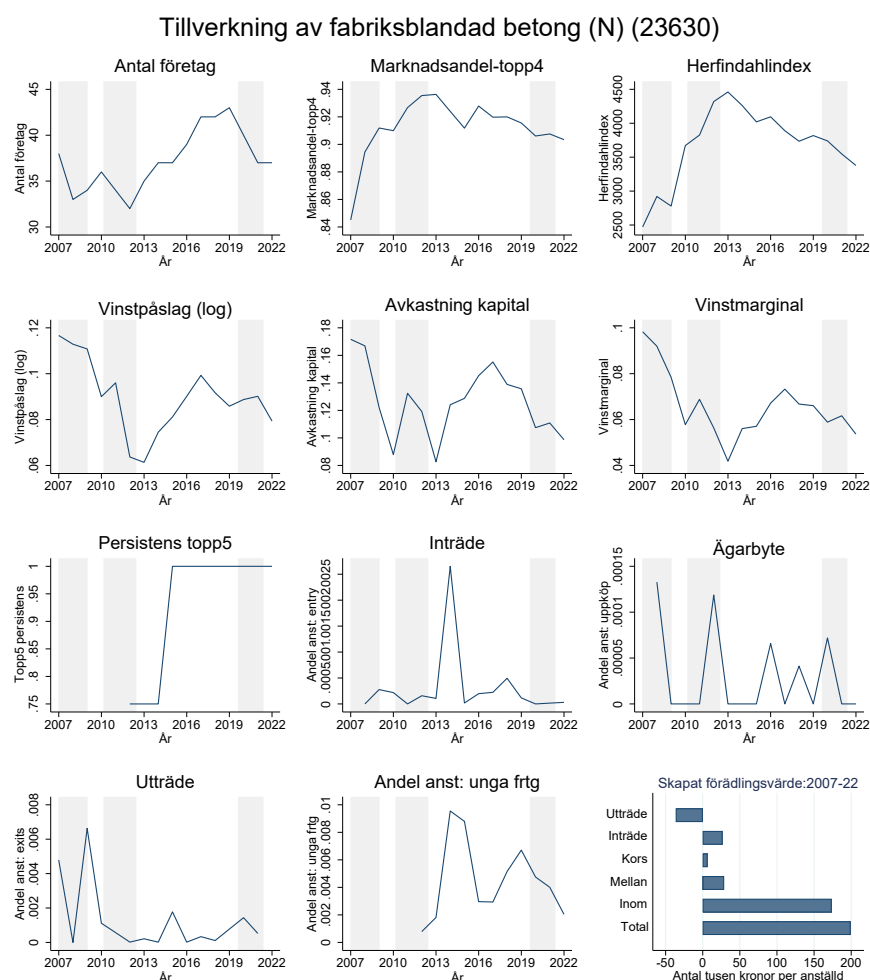
Not: Tillverkning av glasfiber. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

¹⁰⁸ Branschen präglas av betydande stordriftsfördelar och ogynnsamma marknadsförhållanden ledde till att marknaden genomgick en konsolidering vid ingången till 1970-talet, och med sammanslagningen av Cementa och Gullspångs cement 1973 återstod tillslut ett monopol. Se till exempel Samuelsson (2022) för en kort beskrivning av marknadsomvandlingen.

¹⁰⁹ Konkurrensverket. *Konkurrensen i byggmaterialindustrin. Redovisning av regeringsuppdrag att utreda och kartlägga konkurrensen i svensk byggmaterialindustri*, rapport 2021:4. Stockholm: KKV, 2021.

Glasfiberbranschen är inte fullt lika koncentrerad, enligt figur 21, men har ändå mycket höga koncentrationstal med CR4 på nästan 100 procent och ett HHI på mer än 5000 under större delen av perioden. De tre lönsamhetsindikatorerna har en negativ trend under perioden men ligger sammantaget på en hög nivå, jämfört med näringslivet i stort. Kapitalavkastningen har de allra senaste åren varit normal. Indikatorerna för konkurrensdynamik ligger på låga nivåer.

Figur 22 Tillverkning av fabriksblandad betong



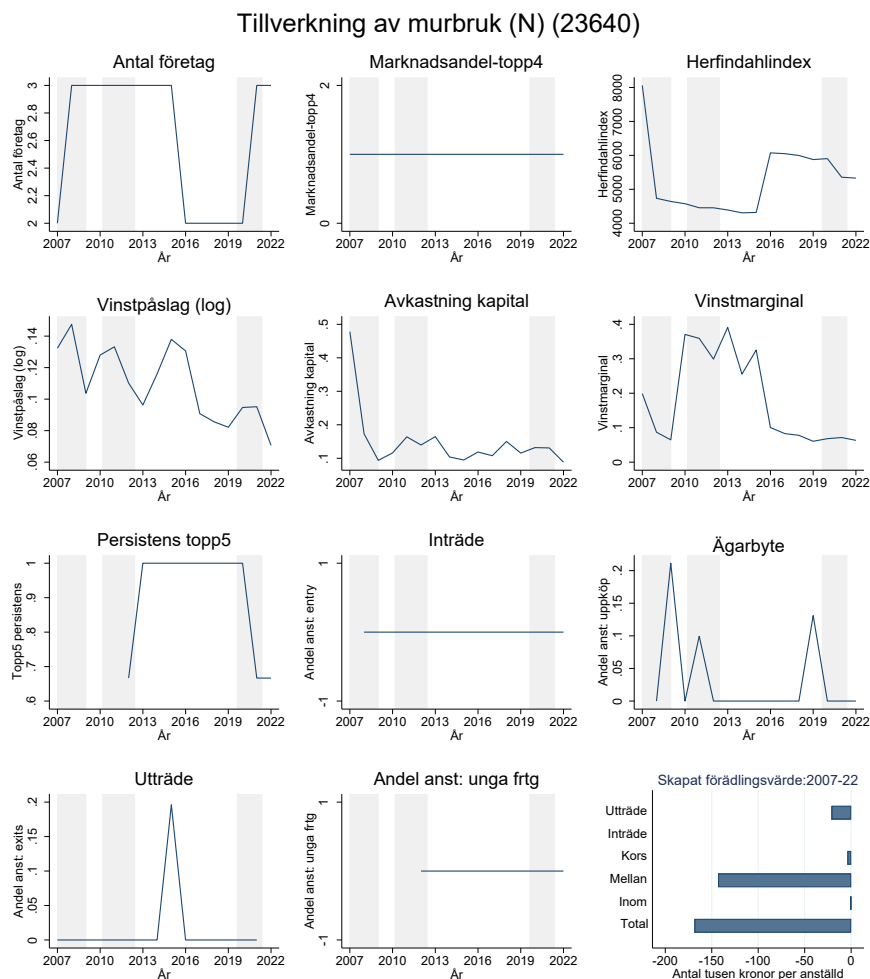
Not: Tillverkning av fabriksblandad betong. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

Koncentrationsgraden för fabriksblandad betong är också mycket hög, om än något lägre, enligt figur 22. Som diskuteras i Konkurrensverkets rapport från 2021 finns 4 större aktörer på marknaden varav två är vertikalt integrerade med Heidelberg Cement respektive Schwenk AB, vilket kan skapa vissa farhågor för att konkurrensen potentiellt skulle kunna snedvridas.¹¹⁰ Måtten på lönsamhet ligger på en för

¹¹⁰ Konkurrensverket. *Konkurrensen i byggmaterialindustrin. Redovisning av regeringsuppdrag att utreda och kartlägga konkurrensen i svensk byggmaterialindustri*, rapport 2021:4. Stockholm: KKV, 2021.

näringslivet i stort normal nivå samt visar en avtagande trend. Konkurrensdynamiken är däremot låg.

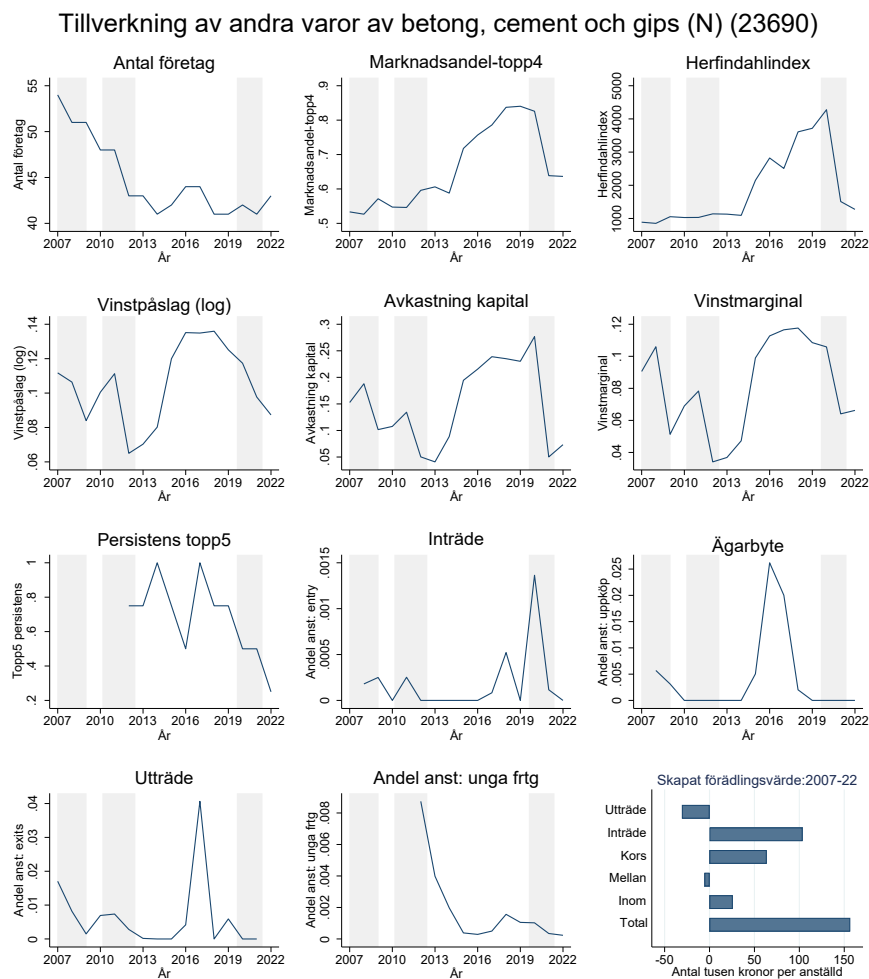
Figur 23 Tillverkning av murbruk



Not: Tillverkning av murbruk. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

Figur 23 illustrerar att antalet företag som tillverkar murbruk varierar mellan två och tre, vilket kan bero på att ett av tre företag vissa år räknas till en annan bransch. Bortsett från detta verkar dynamiken på marknaden vara obefintlig. Avkastningen på kapital är relativt hög.

Figur 24 Tillverkning av andra varor av betong, cement och gips

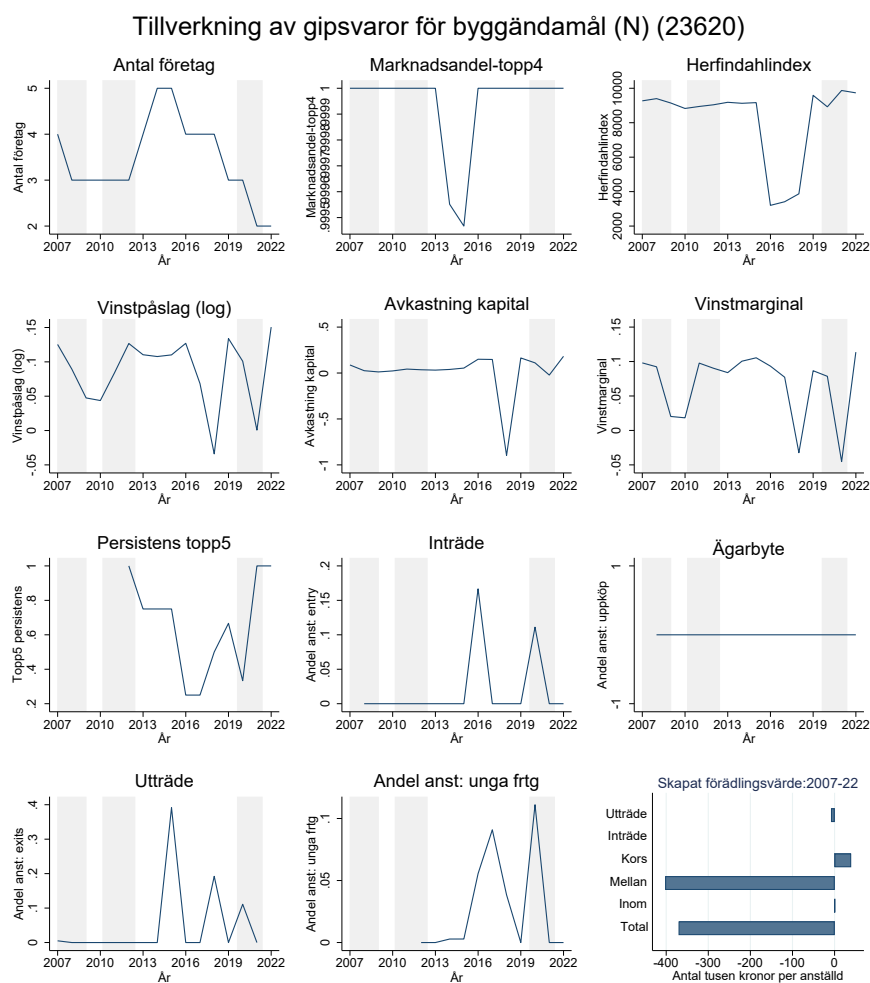


Not: Tillverkning av andra varor av betong med mera. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

Enligt figur 24 var koncentrationsgraden för tillverkning av betong, cement och gips under andra halvan av 2010-talet hög. Detta sammanfaller också med en period med hög marginal och hög kapitalavkastning. Intressant nog sker ett ganska betydande inträde av nya aktörer i slutet av denna period varefter såväl koncentrationsgrad som lönsamhet sjunker.¹¹¹

¹¹¹ Som konstateras i Söderberg (2021) drivs förändringarna i marknadsstruktur 2015 – 2017 av att det dyker upp ett för SNI-koden nytt bolag, Peramin AB, med tre gånger så hög omsättning som den näst största aktören. Bolaget är nu i likvidation. Det framgår inte om bolaget tidigare hade en annan huvudsaklig SNI-kod.

Figur 25 Tillverkning av gipsvaror för byggändamål



Not: Tillverkning av gipsvaror för byggändamål. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

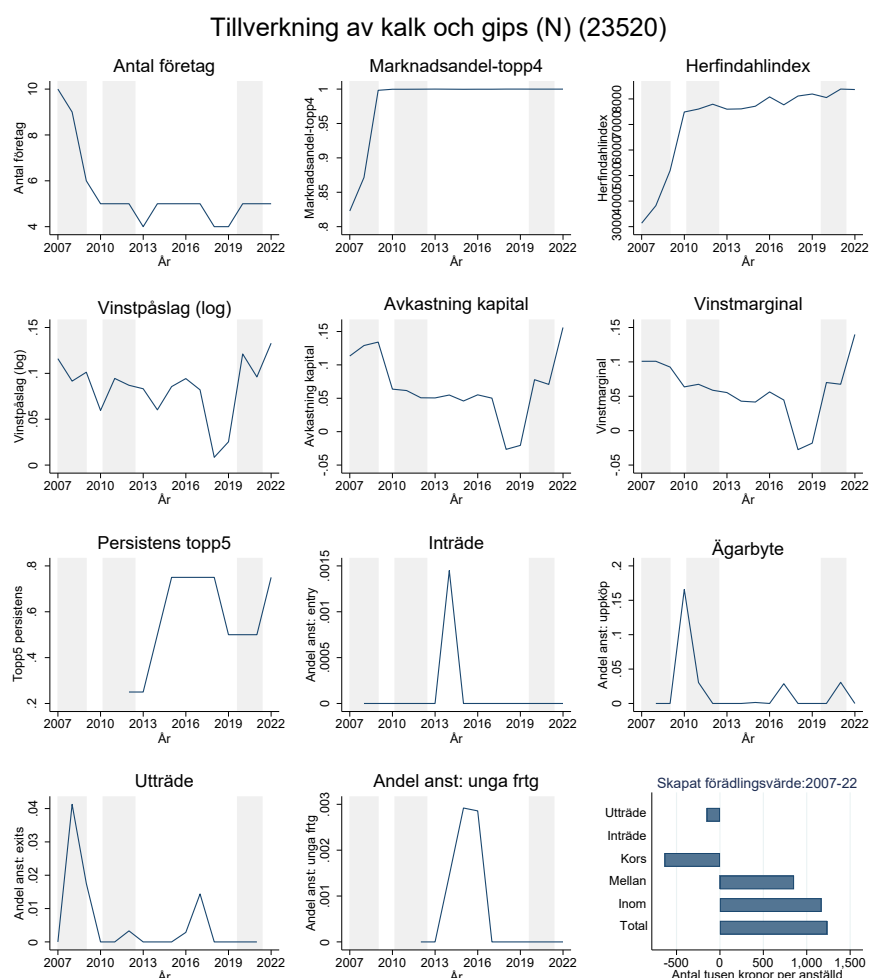
Som nämnts ovan pekar Konkurrensverket särskilt ut cement-, mineralulls-, gips- och låsbrancherna som särskilt problematiska.¹¹² Cementbranschen har redan diskuterats. Figur 25 visar att antalet företag som tillverkar gipsvaror för byggändamål är mycket lågt och att HHI ligger nära maxvärdet 10 000. Det finns ingen tydlig trend vad gäller vinstpåslag, avkastning på kapital eller vinstmarginal. Dock kan det noteras att avkastningen på kapital ligger stabilt mycket nära noll utom ett år, 2018, då den är tydligt negativ. Även vinstmarginalen är låg samt negativ 2018 och 2021. Utifrån lönsamhetsindikatorer ser branschen alltså inte särskilt problematisk ut men det väcker förstås nyfikenhet med så låg lönsamhet i en så koncentrerad bransch.

Den vertikalt integrerade branschen tillverkning av gips och kalk är även den mycket koncentrerad, med ett enda dominerande företag och därmed i stort sett

¹¹² Konkurrensverket. *Konkurrensen i byggmaterialindustrin. Redovisning av regeringsuppdrag att utreda och kartlägga konkurrensen i svensk byggmaterialindustri*, rapport 2021:4. Stockholm: KKV, 2021.

ingen dynamik. Däremot är lönsamhetstalen totalt sett ganska normala, enligt figur 26. De olika måtten på lönsamhet (vinstpåslag, kapitalavkastning och vinstmarginal) visar en svagt fallande trend till 2017, följt av en kraftig nedgång 2018-2019 och sedan en ännu kraftigare uppgång. Som jämförelse har avkastningen på kapital för hela ekonomin under perioden varit 10–11 procent.

Figur 26 Tillverkning av kalk och gips



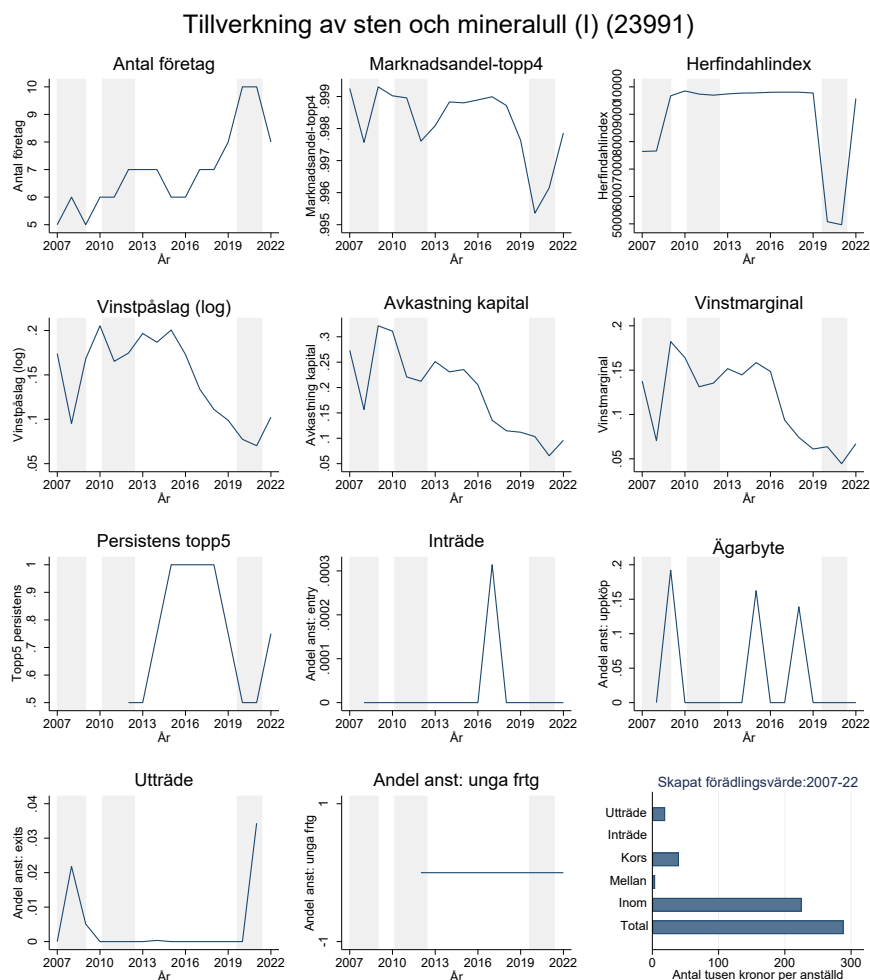
Not: Tillverkning av kalk och gips. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

Tillverkning av sten och mineralull är, enligt figur 27, en högt koncentrerad bransch. Fyra företag dominerar fullständigt, enligt CR4-måttet. Ett HHI på över 5000 tyder på att branschen egentligen domineras av två företag med cirka hälften vardera av marknaden eller möjligen av ett företag med uppåt 70 procent av marknaden tillsammans med ett par företag med i storleksordningen 10 procent.¹¹³ Ett mindre inträde skedde visserligen 2017 som tillfälligt minskade koncentrationen en aning, men inträdet verkar inte ha haft bestående effekter. Mer intressant är kanske att

¹¹³ De dominerade aktörerna på den svenska marknaden är Gyproc AB, som ägs av Compagnie de Saint Gobain SA, Norgips AB och Knauf-Danogips som ägs av Knauf International GmbH.

ägarbyten samma år berörde nästan 100 procent av branschens anställda. Under året minskade också kapitalavkastning, nettomarginal och mark-up ordentligt för att sedan hamna på låga till måttliga nivåer. Dessförinnan hade kapitalavkastningen varit mycket hög och det är svårt att se att detta skulle bero på hög icke-diversifierbar risk.

Figur 27 Tillverkning av sten och mineralull

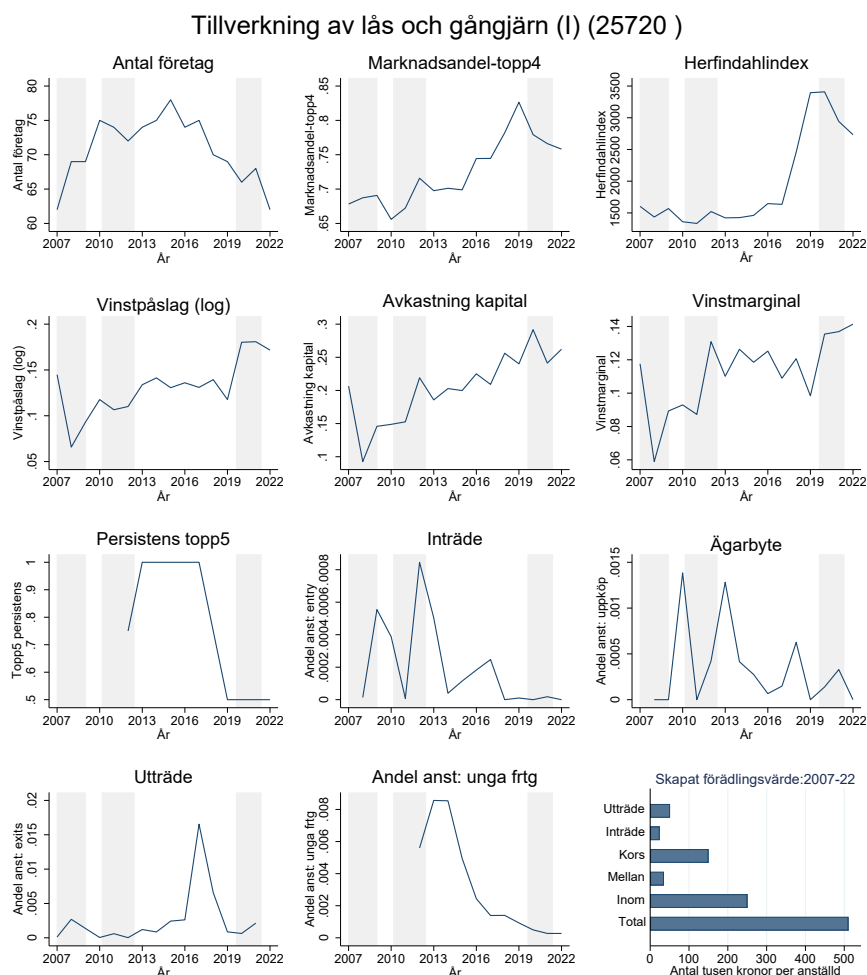


Not: Tillverkning av sten och mineralull. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

Figur 28 illustrerar utvecklingen i branschen Tillverkning av lås med mera, som uppvisar en stigande koncentration efter 2014 och når HHI på i storleksordningen 5000. Kapitalavkastningen var i genomsnitt ungefär normal under perioden men uppvisade en ökning under de två senaste kriserna. Vinstmarginalen följer samma mönster. Dynamiken i branschen är som synes relativt låg. Inträdet har varit mycket begränsat, med ett enstaka företag med några års mellanrum, och har inte haft någon märkbar effekt på marknadskoncentrationen. CR-4 har stadigt ökat över

perioden medan HHI initialt föll något för att sedan snabbt öka från 2015 och framåt. Covidkrisen har dämpat koncentrationsindexen något vilket tyder på att de ledande företagens försäljning minskat något.

Figur 28 Tillverkning av lås och gångjärn



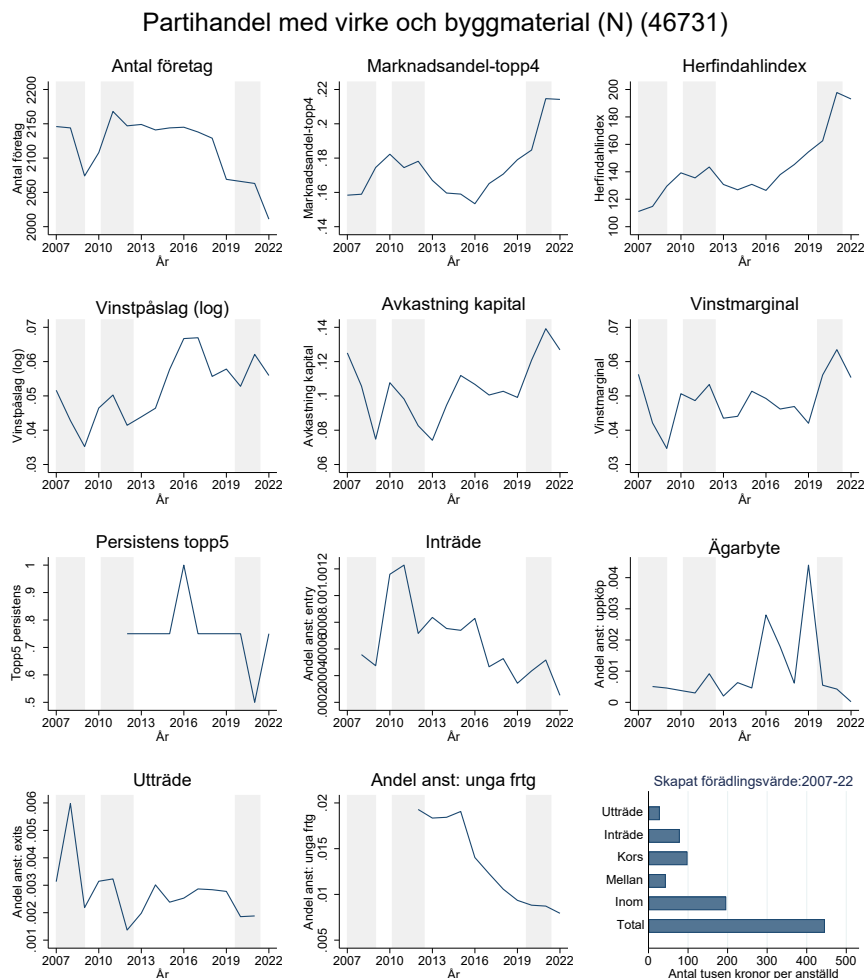
Not: Tillverkning av lås och gångjärn. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

Sammanfattningsvis visar cementtillverkning tydliga tecken på svag konkurrens. Tillverkning av gipsvaror för byggändamål har mycket hög koncentration men här är det faktiskt den låga lönsamheten som väcker misstänksamhet. Tillverkning av mineralull är också högt koncentrerad och hade tidigare hög lönsamhet som plötsligt minskade för några år sedan i samband med ägarbyte.

8.1.3 Byggmaterialhandel

Vi fortsätter vår analys med att studera olika branscher inom byggmaterialhandel.

Figur 29 Partihandel med virke och byggmaterial



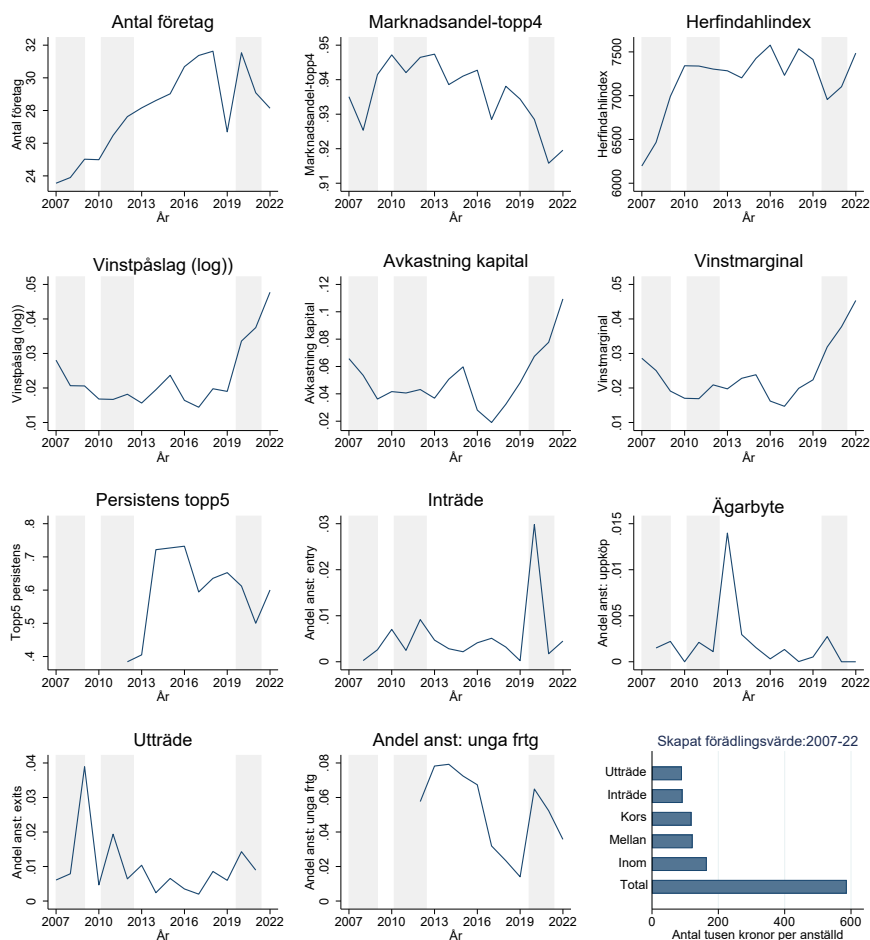
Not: Partihandel med virke och byggmaterial. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

Figur 29 visar ett stort men svagt fallande antal partihandelsföretag som säljer virke och byggvaror. Enligt figuren är koncentrationen mätt med CR4 mycket låg och bara svagt stigande med ett liknande mönster för HHI.

Vinstpåslag, kapitalavkastning och vinstmarginal är normala fram till 2019 varefter de stiger kraftigt. För detalj- och partihandel är vinstmarginal men även nettomarginal ett rimligt lönsamhetsmått. Nettomarginalen varierar kraftigt mellan branscher men har i genomsnitt oftast varit 4-5 procent under perioden med en tendens till ökning de allra sista åren. Jämförelsevis framstår lönsamheten inte som anmärkningsvärd i denna partihandelsbransch.

Figur 30 Provisionshandel med virke och byggmaterial

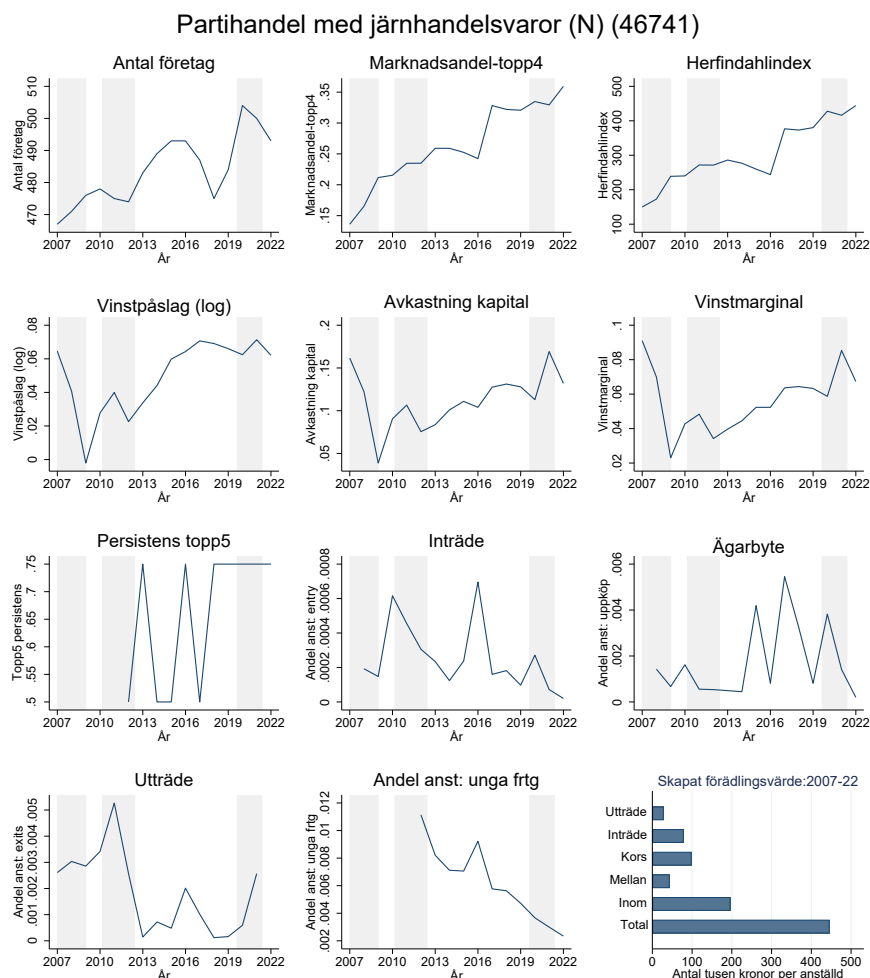
Provisionshandel ned virke och byggmaterial (L-L) (46130)



Not: Provisionshandel med virke och byggmaterial. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på regional nivå.

Figur 30 visar provisionshandel med virke och byggmaterial där vi valt att betrakta marknaden som regional eftersom vi tror att transportkostnaderna kan begränsa konkurrensen geografiskt. Här är koncentrationen följaktligen betydligt högre (jämfört med nationell nivå, se Figur 29). I övrigt uppvisar konkurrensindikatorerna en snarlik utveckling som de för partihandeln enligt föregående figur. När vi jämför partihandeln på nationell nivå (ej redovisat i figur) liknar utvecklingen i alla avseenden den som syns för provisionshandeln.

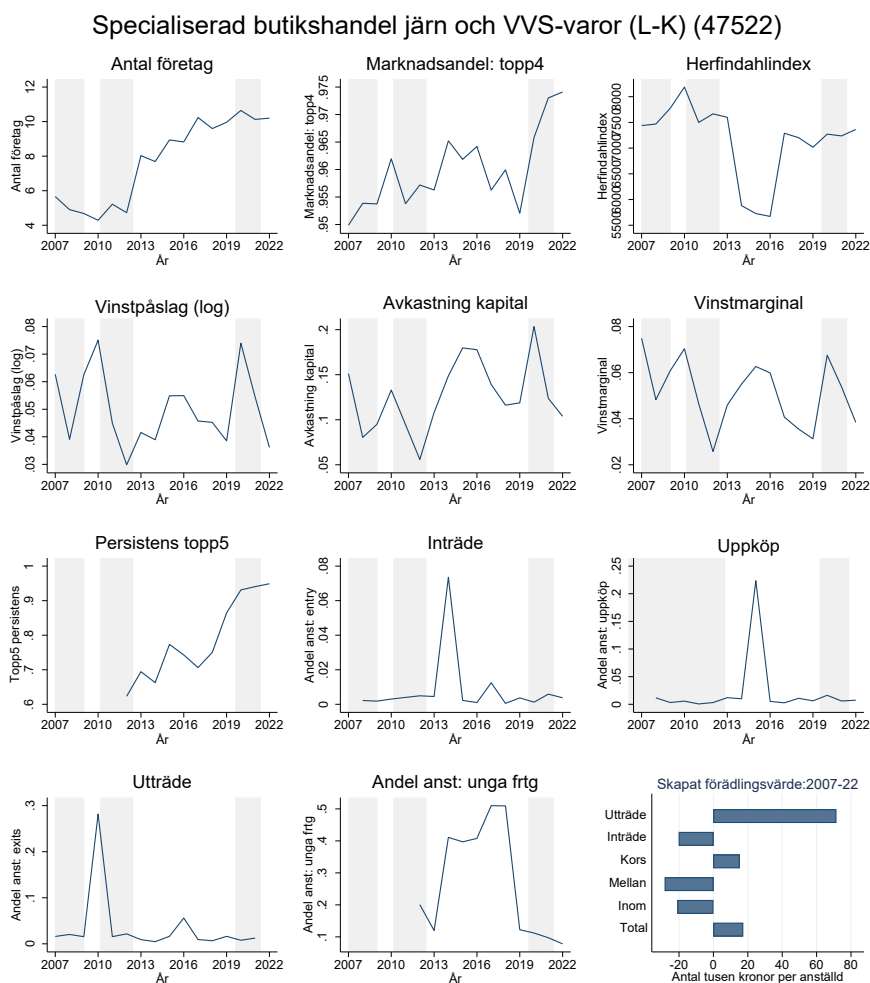
Figur 31 Partihandel med järnhandelsvaror



Not: Partihandel med järnhandelsvaror. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

I likhet med provisionshandel med virke och byggvaror, visar figur 31 att parti-handel med järnhandelsvaror är lågt koncentrerad även om koncentrationen ökar något under perioden. Däremot är lönsamheten något bättre under de senaste åren och uppgången mätt som kapitalavkastning eller vinstmarginal är tydligare.

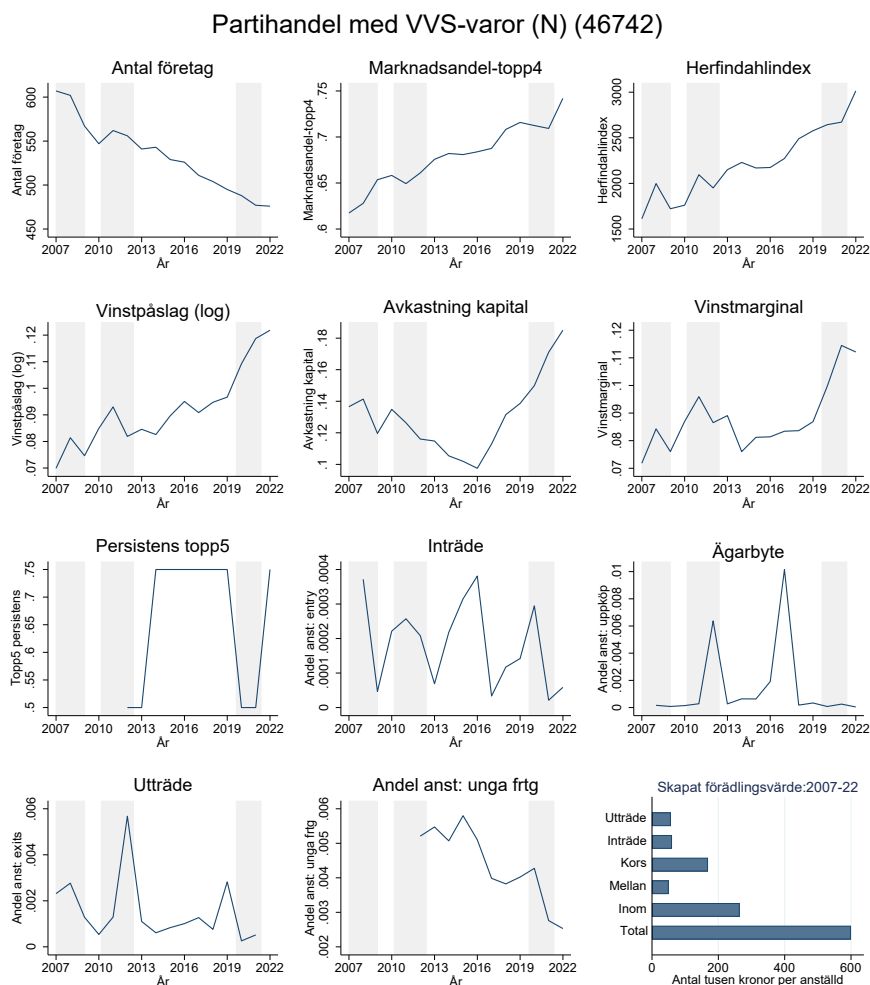
Figur 32 Specialiserad butikshandel med järn- och VVS-varor



Not: Specialiserad butikshandel med järn- och VVS-varor. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på kommunal nivå.

Butikshandel med järn- och VVS-varor (mätt på kommunnivå) är, enligt figur 32, betydligt mer koncentrerad än partihandel med järnvaror (mätt på nationell nivå). Ett HHI uppgående till i storleksordningen 7000 indikerar att de flesta kommuner domineras av ett företag. En stigande CR-4 i kombination med ett högt HHI tyder på att kedjorna stärker sin ställning men i någon mån utmanar varandra. Lönsamhetsmåttan fluktuerar kraftigt och är tydligt konjunkturberoende med tendens till ökad kapitalavkastning över tid och något avtagande vinstmarginal. Över tid framstår lönsamheten som god. Anmärkningsvärt är att mer än hela ökningen av produktivitet kan tillskrivas utslagning av ineffektiva företag.

Figur 33 Partihandel med VVS-varor



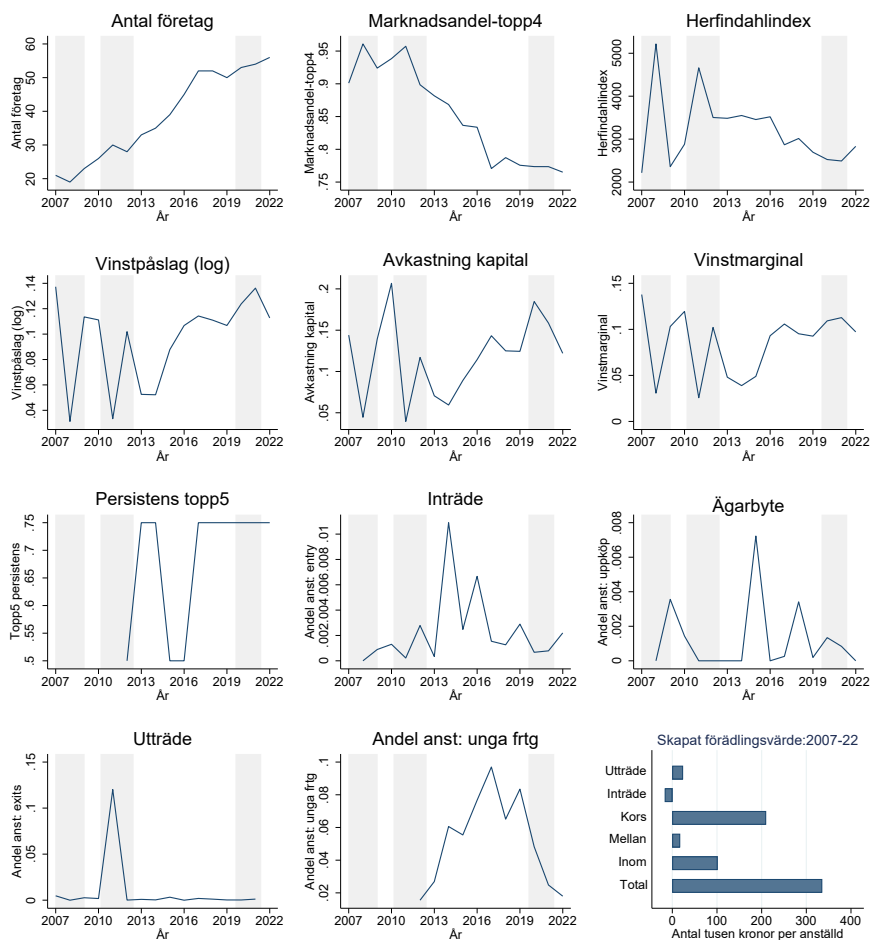
Not: Partihandel med VVS-varor. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

Vår screening-metod identifierar partihandel med sanitetsgods och VVS-artiklar medan Konkurrensverket särskilt nämner distribution av VVS- respektive elartiklar.¹¹⁴ Figur 33 visar indikatorer för partihandel med VVS-varor. Antalet företag har gradvis minskat med ungefär en fjärdedel under perioden. Samtidigt har koncentrationsgraden, mätt som HHI, har stigit påtagligt, från måttliga cirka 1600 till ungefär 3000. CR4 har på motsvarande sätt ökat. Vinstpåslag och vinstmarginal har ökat kraftigt så att vinstmarginalen i slutet av perioden når jämförelsevis höga 11 procent. Kapitalavkastningen, ett antagligen sämre lönsamhetsmått för partihandel, har vänt den avtagande trenden fram till 2016 till en kraftig ökning de senaste åren.

¹¹⁴ Konkurrensverket. *Konkurrensen i byggmaterialindustrin. Redovisning av regeringsuppdrag att utreda och kartlägga konkurrensen i svensk byggmaterialindustri*, rapport 2021:4. Stockholm: KKV, 2021.

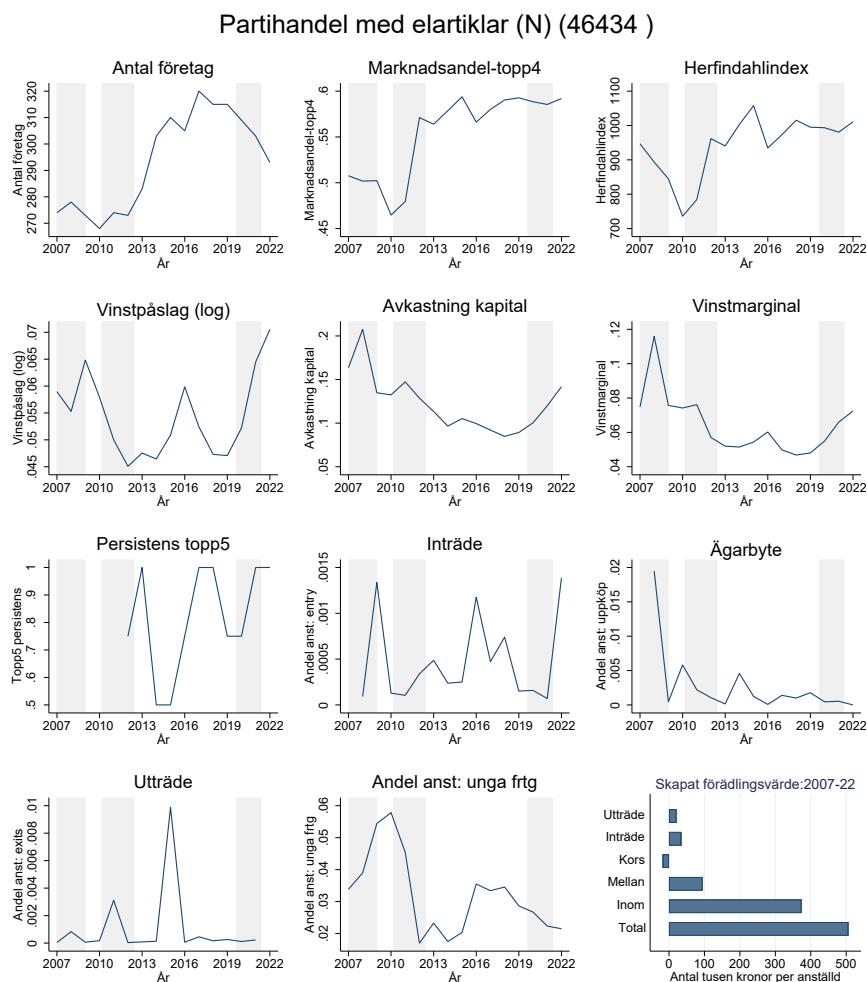
Figur 34 Partihandel med sanitetsgods

Partihandel med sanitetsgods (N) (46742)



Not: Partihandel med sanitetsgods. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

Figur 35 Partihandel med elartiklar



Not: Partihandel med elartiklar. Konkurrensindikatorer enligt figur 6, försäljningsviktade på nationell nivå.

Utvecklingen för partihandel med elartiklar framgår av figur 35. Koncentrationen är låg till måttlig, vinstmarginalen startar på en hög nivå men uppvisar därefter, fram till Covid19-krisen, en fallande trend. Motsvarande utveckling kan ses för kapitalavkastning och vinstpåslag. Dynamiken i branschen är ganska svag.

Sammanfattningsvis ger vår analys för handen att partihandel med VVS-varor är en kandidat för närmare undersökning. Möjligen gäller detsamma även för partihandel med sanitetsgoods.

9 En screening-metod för konkurrensproblem

Ett av syftena med denna rapport är att föreslå en screening-metod för att med hjälp av allmänt tillgänglig bransch- och företagsdata identifiera branscher där konkurrensen skulle kunna vara svag eller kan ha försämrats. Den metod vi föreslår kan sammanfattas i en screening-metod som vi presenterar i detta avsnitt.

9.1 Beskrivning

Figur 36 beskriver processen för att urskilja branscher med potentiella konkurrensproblem.

9.1.1 Steg 1: Lokala eller nationella marknader

Vi startar med alla branscher som finns tillgängliga på femsiffernivå (SNI-2007). I Serrano-databasen finns information som företagen lämnar till svenska Bolagsverket.¹¹⁵ Serrano-databasen saknar information om hur försäljningen fördelas över olika länder. Export och import på företagsnivå finns att tillgå från SCB för företag som är registrerade i Sverige men inte för internationella konkurrenter som är registrerade i andra länder än Sverige. Datamaterialet är därför otillräckligt för att göra en bedömning av konkurrenssituationen på *internationella marknader* (I). Vi behåller således endast branscher som vi tidigare har klassificerat som *lokala* (L) eller *nationella* (N), på det sätt som beskrivs i avsnitt 6.

År 2022 (som är det sista året i vår data) kan vi kategorisera 788 av 790 branscher som antingen lokala, nationella eller internationella: 191 branscher, som tillsammans står för 18 procent av den totala omsättningen, bedömer vi som internationella; 248 branscher som tillsammans står för 23 procent av den totala omsättningen, som lokala; samt 349 branscher, som tillsammans står för 59 procent av den totala omsättningen, som vi klassificerat som nationella. Även om vi utesluter internationella marknader, fångar vår analys av nationella och lokala marknader ändå en betydande del av den ekonomiska aktiviteten i Sverige.

9.1.2 Steg 2: Branscher med ekonomisk betydelse

Efter att ha valt ut branscher som motsvarar lokala eller nationella marknader, utesluter vi branscher som schablonmässigt kan sägas ha liten total ekonomisk betydelse eller som bedöms ha ringa inträdeshinder. Sådana branscher identifierar vi genom att de under ett visst år har en omsättning som understiger 100 miljoner

¹¹⁵ Swedish House of Finance. Serrano. [o.d.] <https://www.hhs.se/sv/houseoffinance/data-center/serrano/> [2024-10-21].

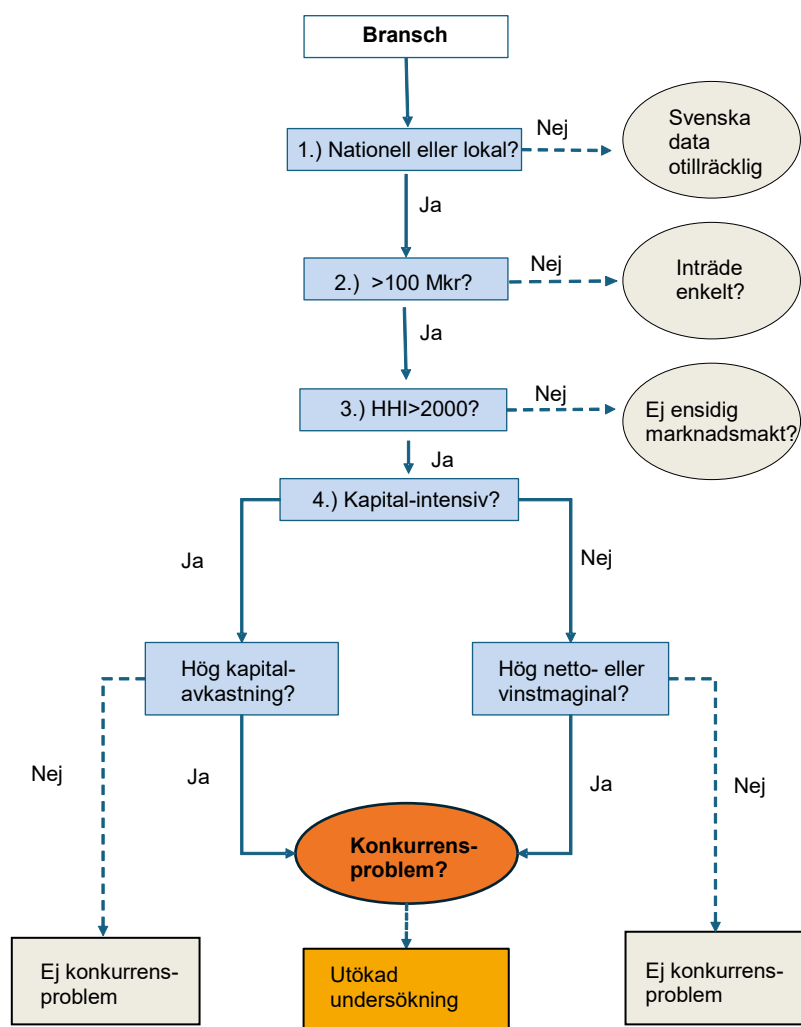
kronor uttryckt i 2022 års prisnivå. De flesta branscher överstiger denna omsättningsgräns. Av de nationella eller lokala branscherna berörs endast runt 10 procent av detta kriterium. Den omsättningsgräns vi valt är alltså relativt godtycklig.

9.1.3 Steg 3: Indikation på ensidig marknadsstyrka

I nästa steg undersöker vi graden av ensidig marknadsstyrka. För varje år och bransch som antingen är nationell eller lokal till sin karaktär och vars aggregerade omsättning överstiger 100 miljoner kronor, beräknas ett HHI som summan av företagens kvadrerade marknadsandelar (se avsnitt 4.1). Branscher vars HHI understiger värdet 2000 utesluts ur analysen. I branscher vars HHI överstiger värdet 2000 bedöms att ensidig marknadsstyrka kan förekomma. Även denna gräns är godtycklig och kan anpassas efter aktuell situation och frågeställning.

År 2022 uppfyllde drygt 17 procent, eller 133 av de 790, undersökta branscherna steg 1-3 så att den undersökta branschen: (i) är nationell eller lokal till sin karaktär; (ii) har en omsättning som överstiger 100 miljoner kronor samt; (iii) har ett HHI som överstiger 2000.

Figur 36 Screening-metod för att hitta branscher med potentiella konkurrensproblem



9.1.4 Steg 4: Kapitalintensitet

För de branscher som uppfyller kriterierna i steg 1-3 särskiljer vi till sist branscher utifrån deras kapitalintensitet. Enligt vårt resonemang i avsnitt 4.2 är vinstmarginal, EBIT-marginal eller liknande ett bättre mått på företagens lönsamhet i kapitalsnåla branscher än avkastningsmått såsom ROA eller ROCE. I kapitaltunga branscher gäller det omvända.

Om en bransch är nationell eller lokal till sin karaktär, har en omsättning som överstiger 100 miljoner kronor, samt ett HHI som överstiger 2000, bedöms konkurrensproblem kunna föreligga om:

- Branschen uppvisar *hög kapitalintensitet* kombinerat med en *hög kapital-avkastning*.
- Branschen uppvisar *låg kapitalintensitet* kombinerat med en *hög vinstmarginal*.

Steg 4 är mer komplicerat att operationalisera. En bransch med hög kapitalintensitet definieras vi som en bransch som ett givet år har högre kapitalintensitet än den genomsnittliga kapitalintensiteten, beräknad över alla branscher under samma år.

För att beräkna kapitalintensiteten i en bransch beräknas först kapitalintensiteten på företagsnivå som ett företags totala tillgångar som andel av företagets omsättning. Då det förekommer stora extremvärden trimmas fördelningen genom att i princip ersätta företag med extrema värden på kapitalintensitet med mindre extrema värden från andra företag i fördelningen (en så-kallad "winsor-procedure").¹¹⁶ Därefter erhålls varje branschs genomsnittliga kapitalintensitet som den viktade summa av produkten av företagets kapitalintensitet och deras respektive marknadsandel.

Men även när vi undersöker fördelningen över de olika branschernas kapitalintensitet finner vi att denna inte är normalfördelad. För att avgöra om en bransch är kapitalintensiv eller inte är detta oproblematiskt. Vi betraktar branscher med högre kapitalintensitet än medianvärdet som kapitalintensiva och omvänt.

Vi definieras en bransch som potentiellt problematisk ur konkurrenssynpunkt om branschen:

1. är en nationell eller lokal marknad,
2. har en aggregerad omsättning över 100 miljoner kronor uttryckt 2022-års prisnivå,
3. har ett Herfindahl-Hirschman index över 2000,
4. samt uppfyller ett av nedanstående villkor vad gäller kapitalintensitet:
 - a. Har en kapitalintensitet som *överstiger* mediankapitalintensiteten - och en avkastning på kapital som *överstiger* medianavkastningen på kapital.
 - b. Har en kapitalintensitet är *lägre* än mediankapitalintensiteten – men en vinstmarginal som är *högre* än medianvinstmarginalen.

Eftersom vi undersöker om branscher uppfyller kriterierna ovan för varje år under perioden 2007–2022 kan det vara så att en bransch karakteriseras som "problematiske" under ett år men att något eller några kriterier inte är uppfyllda nästföljande år och branschen då inte karakteriseras som "problematiske".

¹¹⁶ Se, till exempel <https://wlm.userweb.mwn.de/Stata/wstatwin.htm>.

Vi inför därför ett sista kriterium. En bransch listas som problematisk om:

1. Kriterierna 1–3 och 4a är uppfyllda under minst fem år under perioden 2007–2022: (Branscher med hög kapitalintensitet och hög kapitalavkastning).
2. Kriterierna 1–3 och 4b är uppfyllda under minst fem år under perioden 2007–2022: (Branscher med låg kapitalintensitet och hög vinstmarginal).

9.2 Resultat

Screening-metoden ger följande resultat vad gäller branscher som uppvisar potentiella konkurrensproblem utifrån låg kapitalintensitet kombinerat med hög vinstmarginal (grupp 2 ovan).

Tabell 3 Branscher som identifieras som riskbranscher utifrån låg kapitalintensitet och hög nettomarginal

SNI	Bransch
47993	Ambulerande och tillfällig handel med övriga varor
61900	Annan telekommunikation
59140	Filmvisning
11070	Framställning av läskedrycker, mineralvatten och annat vatten på flaska
10410	Framställning av oljor och fetter
86901	Medicinsk laboratorieverksamhet m.m.
10511	Ostillverkning
46420	Partihandel med kläder och skodon
46742	Partihandel med VVS-varor
53100	Postbefordran via nationella posten
46120	Provisionshandel med bränsle, malm, metaller och industrikemikalier
47532	Specialiserad butikshandel med inredningstextilier
47784	Specialiserad butikshandel med mynt och frimärken
92000	Spel- och vadhållningsverksamhet
23630	Tillverkning av fabriksblandad betong
23690	Tillverkning av andra varor av betong, cement och gips
85322	Utbildning inom gymnasiesärskola
87302	Vård och omsorg i särskilda boendeformer för personer med funktionshinder
88991	Öppna sociala insatser för barn och ungdomar med sociala problem

Not: Branscher som identifieras som riskbranscher utifrån låg kapitalintensitet och hög nettomarginal. Branscher med koppling till bygg- och anläggningssektorn är markerade med gult.

Screening-metoden ger följande resultat vad gäller branscher som uppvisar potentiella konkurrensproblem utifrån hög kapitalintensitet kombinerat med hög avkastning på kapital (grupp 1 ovan).

Tabell 4 Branscher som identifieras som risk-branscher utifrån hög kapitalintensitet och hög kapitalavkastning

SNI	Bransch
66110	Administrativa tjänster till finansiella marknader
10390	Annan beredning och hållbarhetsbehandling av frukt, bär och grönsaker
66309	Annan fondförvaltning
11030	Framställning av cider och andra fruktviner
64201	Holdingverksamhet i finansiella koncerner
96011	Industri- och institutionsvätt
74101	Industri- och produktdesignverksamhet
64301	Investeringsfonder
64991	Investment- och riskkapitalbolagsverksamhet
10721	Knäckebrödstillverkning
82110	Kombinerade kontorstjänster
77400	Leasing av immateriell egendom och liknande produkter, med undantag för upphovsrättsskyddade verk
93210	Nöjes- och temaparksverksamhet
46240	Partihandel med hudar, skinn och läder
46732	Partihandel med sanitetsgods
46640	Partihandel med textil-, sy- och stickmaskiner
46350	Partihandel med tobak
50301	Reguljär sjötrafik på inre vattenvägar av passagerare
02101	Skogsförvaltning
47784	Specialiserad butikshandel med mynt och frimärken
92000	Spel- och vadhållningsverksamhet
09100	Stödtjänster till råpetroleum- och naturgasutvinning
17112	Sulfatmassatillverkning
86230	Tandläkarverksamhet
17240	Tapettillverkning
23510	Tillverkning av cement
23140	Tillverkning av glasfiber
17111	Tillverkning av mekanisk eller halvkemisk massa
23640	Tillverkning av murbruk
61200	Trådlös telekommunikation
35120	Överföring av elektricitet

Not: Branscher som identifieras som risk-branscher utifrån hög kapitalintensitet och hög kapitalavkastning. Branscher med koppling till bygg- och anläggningssektorn är markerade med gult.

9.3 Diskussion

Vår screening-metod fångar inte förändringar, till exempel att koncentrationen eller lönsamheten ökat, och vi har heller inte använt våra dynamiska mått i screening-metoden. Vi tror att det är svårt att göra detta utan rekommenderar i stället att screening-metoden används i ett första steg och att förändringar över tid och dynamiska mått analyseras mer heuristiskt i ett andra steg. Det kan dock inte uteslutas att det med ett visst utvecklingsarbete går att identifiera rimliga kriterier även för förändringsriktning och dynamik.

En sammanhängande aspekt är att vår screening-metod bygger på kumulativa kriterier medan litteraturen landar i att kvantitativ analys av konkurrens måste väga samman många olika mått. Med kumulativa kriterier riskerar vi att avföra en bransch från vidare analys utifrån ett enda kriterium, även i fall där många andra mått skulle peka mot att svag konkurrens. Ett större antal kumulativa kriterier förvärrar denna problematik men en möjlighet är att då inkludera branscher som uppfyller exempelvis fyra av fem kriterier.

Ett sätt att hantera denna problematik är att inte tillämpa kriterierna alltför hårt. Om exempelvis alltför få branscher uppfyller kriteriet att HHI ska uppgå till minst 2000 kan ett lägre gränsvärde väljas. Vi menar också att mer precision när det gäller geografisk marknad respektive kapitalintensitet gör måtten mer träffsäkra. Med rimligt korrekta geografiska marknadsavgränsningar blir koncentrationsmåtten mer träffsäkra. När hänsyn tas till branschernas kapitalintensitet blir lönsamhetsmåtten på motsvarande sätt bättre mätare på graden av konkurrens. Samtidigt har vi med exempel visat att en regelstyrd tillämpning av kriterier kan slå fel oavsett val av exempelvis geografisk nivå för analysen.

10 Avslutande kommentarer och slutsatser

Över tid sker det strukturella och beteendemässiga förändringar i olika delar av näringslivet som åtminstone till viss del återspeglas i näringsstatistiken. Att studera hur olika marknader utvecklas över tid kan därför också ge insikter i hur till exempel förutsättningarna för konkurrens har utvecklats på dessa marknader, speciellt om man har en viss förförståelse för hur specifika marknader fungerar.

I likhet med andra rapporter som diskuterar översiktlig empirisk diagnostik av konkurrensförhållanden i ekonomin konstaterar vi att ansatsen är förknippad med en rad begränsningar och det finns inget enskilt mått som självständigt kan sägas fånga konkurrenssituationen på en marknad. Men med hjälp av en rad olika mått som belyser olika aspekter som marknadsstruktur, prissättning, lönsamhet och marknadsdynamik kan en bättre bild av utvecklingen av konkurrensförutsättningarna framträda. I rapporten illustrerar vi hur detta kan göras samtidigt som vi pekar på, och exemplifierar, en rad olika begränsningar med ansatsen.

På ett övergripande plan konstaterar vi att det inte går att dra alltför bestämda slutsatser om konkurrensen utifrån en standardanalys av generiska data, vare sig om den övergripande utvecklingen för ett land eller en sektor – eller om specifika branscher. Den främsta anledningen är att tillgängliga data inte är anpassade till frågeställningen. Data är i första hand organiserat efter branschtillhörighet medan konkurrensanalysen utgår från ett marknadsperspektiv. Även på femsiffernivå tenderar branscherna att bli vidare än relevanta produktmarknader.

Motsvarande problem är minst lika stort i den geografiska dimensionen. Det är viktigt att så långt möjligt hitta rätt geografisk nivå, vare sig det görs med heuristiska eller mekaniska principer, men data är huvudsakligen sammanställd på nationell nivå samtidigt som marknader kan vara lokala eller regionala – eller internationella. Även företagsdata är problematisk att använda i branscher där företag verksamma på flera orter står för en stor del av omsättningen, men där omsättningen registreras i den ort där huvudkontoret är beläget. Detsamma gäller företag för vilka en stor del av produktionen går på export.

Många av de mest förekommande orsakerna till begränsad konkurrens, såsom lojalitetsskapande rabatter och vertikal integration, kommer inte att vara direkt mätbara med standardmetoder tillämpade på generiska data. Däremot kan sådana fenomen förstås ge upphov till hög koncentration, höga marginaler eller hög kapitalavkastning, vilka i sin tur fångas upp av data. Motsvarande gäller för regulatoriska hinder för konkurrens, såsom planbestämmelser, särreglering, licenskrav med mera. Här kan effekten åter bli hög koncentration och hög lönsamhet. Konkurrens-hämmande regleringar och andra hinder för effektiv konkurrens behöver dock inte alltid visa sig i hög lönsamhet. Om regleringar är "endogent bestämda", det vill säga om företag genom påverkan kan få till stånd regleringar som gynnar dem själva, kan resultatet bli att den hägrande övervinsten ger företagen incitament att

bedriva ett kostbart lobbyarbete. Alternativt kan framreglerade övertvinster ge incitament till alltför stort inträde av nya företag i branschen.¹¹⁷

Förutom att vi i likhet med andra studier landar i slutsatsen att många mått behövs vill vi också betona att det är viktigt att, så långt möjligt, *rätt* mått användas, vilket exempelvis kan vara de mått som mot bakgrund av branschens kapitalintensitet på bästa sätt speglar dess lönsamhet. Enligt vår analys är marginalmått bättre när kapitalintensiteten är låg och avkastningsmått bättre i kapitalintensiva branscher.

Data bör mätas på disaggregerad nivå för att så långt möjligt matcha relevanta marknader. Samtidigt är det inte alltid oproblematiskt att arbeta med disaggregerade data. När enskilda företag väger tyngre blir data mer känslig för att företag ofta tillhandahåller olika produkter och därför alltså är verksamma på flera relevanta marknader, givet att hela deras produktion räknas till en och samma SNI-kod. Företag kan mellan åren växla mellan olika SNI-grupper beroende på hur försäljningen utvecklas och enskilda företagshändelser, såsom uppköp och stora nedskrivningar av goodwill, kan påverka nyckeltalen för hela SNI-gruppen.

Vid sidan av datarelaterade svårigheter finns också mer konceptuella problem. Konkurrens är ett svårfångat begrepp. Det är svårt att hålla isär marknadsmakt och konkurrens, liksom att skilja mellan dynamisk och statisk konkurrens. Det förra kan enkelt förstås med exemplet lokalt verkande företag (bilmekaniker, dagligvaruhandel, tandläkare och så vidare) på en liten ort. Marknaden kanske inte är större än att ett eller två företag kan vara verksamma, vilket ur konsumenternas synvinkel innebär svag konkurrens, samtidigt som producenterna även med höga priser i bästa fall kan få en normal kapitalavkastning. Konkurrensen *om* marknaden fungerar här i många fall väl så att marknaden tillhandahåller en effektiv lösning, även om priserna kan vara höga och valfriheten är begränsad.

¹¹⁷ Se Symeonidis, 2000 och 2002, om effekten av historiska karteller i Storbritannien och Barwick och Wong, 2019, om fastighetsmäklare i USA.

Referenser

Affeldt, Pauline, Tomaso Duso, Klaus Gugler och Joanna Piechucka. 2021. "Market Concentration in Europe: Evidence from Antitrust Markets." *CEPR Discussion Paper* 15699, (2021).

Aghion, Philippe, Nicholas Bloom, Richard Blundell, Rachel Griffith och Peter Howitt. "Competition and innovation: An inverted-U relationship". *Quarterly Journal of Economics*, 120(2), (2005): 701–728.

Arrow, Kenneth. "Economic welfare and the allocation of resources for invention". *The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1962.

Autor, David, David Dorn, Lawrence F. Katz, Christina Patterson och John Van Reenen. "Concentrating on the Fall of the Labor Share." *American Economic Review* 107, Nr. 5 (2017): 180-185.

Autor, David, David Dorn, Lawrence F. Katz, Christina Patterson och John Van Reenen. "The fall of the labor share and the rise of superstar firms." *The Quarterly Journal of Economics* 135, Nr. 2 (2020): 645-709.

Bain, Joe S. "Relation of profit rate to industry concentration: American manufacturing, 1936–1940." *The Quarterly Journal of Economics* 65, Nr. 3 (1951): 293-324.

Barkai, Simcha. "Declining labor and capital shares." *The Journal of Finance* 75, Nr. 5 (2020): 2421-2463.

Barwick, Panle Jia och Maisy Wong. "Competition in the real estate brokerage industry: A critical review." *The Brookings Institution Publication* (2019): 1-38.

Basu, Susanto. "Are price-cost markups rising in the United States? A discussion of the evidence." *Journal of Economic Perspectives* 33, Nr. 3 (2019): 3-22.

Benkard, C. Lanier, Ali Yurukoglu och Anthony Lee Zhang. *Concentration in product markets*. Nr. w28745. National Bureau of Economic Research, 2021.

Bergman, Mats A., David Granlund och Niklas Rudholm. "Squeezing the last drop out of your suppliers: an empirical study of market-based purchasing policies for generic pharmaceuticals." *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* 79, Nr. 6 (2017): 969-996.

Berry, Steven, Martin Gaynor och Fiona Scott Morton. "Do increasing markups matter? Lessons from empirical industrial organization." *Journal of Economic Perspectives* 33, Nr. 3 (2019): 44-68.

Boone, Jan. "A new way to measure competition." *The Economic Journal* 118, Nr. 531 (2008): 1245-1261.

Bresnahan, Timothy F. och Peter C. Reiss. "Entry and competition in concentrated markets." *Journal of political economy* 99, Nr. 5 (1991): 977-1009.

<http://www.jstor.org/stable/2937655>.

Calligaris, Sara, Miguel Chaves, Chiara Criscuolo, Josh De Lyon, Andrea Greppi och Oliviero Pallanch. "Exploring the Evolution and the State of Competition in the EU." (2024). https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2024-06/KD0224126enn_exploring_aspects_of_the_state_of_competition_in_the_EU.pdf.

Calvino, Flavio, Chiara Criscuolo och Rudy Verlhac. "Declining business dynamism: Structural and policy determinants." (2020). OECD Science, Technology, and Industry Policy Paper 94.

Competition and Markets Authority. *The state of UK competition report, 2020*. London: CMA.

Competition and Markets Authority. *The state of UK competition report, 2022*. London: CMA.

Copenhagen Economics, *Ekstern utredning om konkurranse-indikatorer og andre relevante analyse-metoder*. Rapport för Fornyings- og administrationsdepartementet. Köpenhamn, 2007.

Covarrubias, Matias, Germán Gutiérrez och Thomas Philippon. "From good to bad concentration? US industries over the past 30 years." *NBER Macroeconomics Annual* 34, Nr. 1 (2020): 1-46.

Decker, Ryan, John Haltiwanger, Ron Jarmin och Javier Miranda. "The role of entrepreneurship in US job creation and economic dynamism." *Journal of Economic Perspectives* 28, Nr. 3 (2014): 3-24.

De Loecker, Jan och Jan Eeckhout. *Global market power*. Nr. w24768. National Bureau of Economic Research, 2018.

De Loecker, Jan, Jan Eeckhout och Gabriel Unger. "The rise of market power and the macroeconomic implications." *The Quarterly Journal of Economics* 135, Nr. 2 (2020): 561-644.

Elzinga, Kenneth G. och Thomas F. Hogarty. "The problem of geographic market delineation in antimerger suits." *The Antitrust Bulletin* 18, Nr. 1 (1973): 45-81.

EU-kommissionen. *Commission Notice on the definition of the relevant market for the purposes of Union competition law, C/2024/1645*. Bryssel, 2024.

Evans, William N., Luke M. Froeb och Gregory J. Werden. "Endogeneity in the concentration--price relationship: Causes, consequences, and cures." *The Journal of Industrial Economics* (1993): 431-438.

Foster, Lucia, John C. Haltiwanger och Cornell John Krizan. "Aggregate productivity growth: Lessons from microeconomic evidence." In *New developments in productivity analysis*, pp. 303-372. University of Chicago Press, 2001.

Ganapati, Sharat och Woan Foong Wong. "How far goods travel: global transport and supply chains from 1965–2020." *Journal of Economic Perspectives* 37, Nr. 3 (2023): 3-30.

Ganapati, Sharat. "Growing oligopolies, prices, output, and productivity." *American Economic Journal: Microeconomics* 13, Nr. 3 (2021): 309-327.

Gilbert, Richard J. *Innovation Matters: Competition Policy for the High-Technology Economy*. Cambridge: MIT Press, 2020.

Goldin, Ian, Pantelis Koutroumpis, François Lafond och Julian Winkler. "Why is productivity slowing down?." *Journal of Economic Literature* 62, Nr. 1 (2024): 196-268.

Gutiérrez, Germán och Thomas Philippon. *The failure of free entry*. Nr. w26001. National Bureau of Economic Research, 2019.

Gugler, Klaus och Florian Szücs. "Merger externalities in oligopolistic markets." *International Journal of Industrial Organization* 47 (2016): 230-254.
<https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2016.05.003>.

Haskel, Jonathan och Stian Westlake. *Restarting the future: How to fix the intangible economy*. Princeton University Press, 2022.

Klimat- och näringslivsdepartementet, *Nya konkurrensverktyg för väl fungerande marknader*, direktiv 2023:136.

Konjunkturinstitutet. *Utvecklingen av vinstandelar och enhetsvinster*, Specialstudier, december 2023. Stockholm: KI, 2023.

Konkurrensverket. *Bättre konkurrens i bostadsbyggandet!* rapport 2006:2. Stockholm: KKV, 2006.

Konkurrensverket. *Konkurrensen i Sverige*, rapport 2013:10. Stockholm: KKV, 2013.

Konkurrensverket. *Bättre konkurrens i bostadsbyggandet? En uppföljning 2009-2012*, rapport 2015:4. Stockholm: KKV, 2015.

Konkurrensverket. *Bättre konkurrens i bostadsbyggandet. En uppföljning av utvecklingen 2015–2018 samt en kartläggning av fortsatt utredningsbehov*, rapport 2018:7. Stockholm: KKV, 2015.

- Konkurrensverket. *Konkurrensen i Sverige*, rapport 2018:1. Kapitel 19 Djursjukvårdsmarknaden, Stockholm: KKV, 2018.
- Konkurrensverket. *Konkurrensen i byggmaterialindustrin. Redovisning av regeringsuppdrag att utreda och kartlägga konkurrensen i svensk byggmaterialindustri*, rapport 2021:4. Stockholm: KKV, 2021.
- Konkurrensverket. *Konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet på gymmarknaden*, rapport 2022:2. Stockholm: KKV, 2021.
- Levenstein, Margaret C. och Valerie Y. Suslow. "Price fixing hits home: An empirical study of US price-fixing conspiracies." *Review of Industrial Organization* 48 (2016): 361-379. <https://doi.org/10.1007/s11151-016-9520-5>.
- Liu, Ernest, Atif Mian och Amir Sufi. "Low interest rates, market power, and productivity growth." *Econometrica* 90, Nr. 1 (2022): 193-221. <https://doi.org/10.3982/ECTA17408>.
- Mandorff, Martin och Sten Nyberg. "Innovation and competition on digital platforms." I Braunerhjelm, Pontus, Martin Andersson, Knut Blind, och Johan E. Eklund, *Handbook of Innovation and Regulation*, 119-140. Cheltenham, Glos: Edward Elgar Publishing, 2023.
- Maré, David C. och Richard Fabling. "Competition and productivity: Do commonly used metrics suggest a relationship?" Available at SSRN 3477077 (2019).
- Miller, Nathan H. *Industrial organization and the rise of market power*. Nr. w32627. National Bureau of Economic Research, 2024. <http://www.nber.org/papers/w32627>.
- Nocke, Volker och Michael D. Whinston. "Concentration thresholds for horizontal mergers." *American Economic Review* 112, Nr. 6 (2022): 1915-1948. DOI: 10.1257/aer.20201038.
- OECD, *Methodologies to measure market competition*, OECD Competition Committee Issues Paper, Paris: OECD, 2021. <https://oe.cd/mmmc>.
- Peltzman, Sam. "Prices rise faster than they fall." *Journal of political economy* 108, Nr. 3 (2000): 466-502.
- Philippon, Thomas. *The great reversal: How America gave up on free markets*. Harvard University Press, 2019.
- Rossi-Hansberg, Esteban, Pierre-Daniel Sarte och Nicholas Trachter. "Diverging trends in national and local concentration." *NBER Macroeconomics Annual* 35, Nr. 1 (2021): 115-150.

Samuelsson, Tobias "När Sverige gjorde sig beroende av Cementa", Essä. Smedjan, Timbro 2022. <https://timbro.se/smedjan/nar-sverige-gjorde-sig-beroende-av-cementa/>.

SCB. Företagens ekonomi. [o.d.] <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/naringsverksamhet/naringslivets-struktur/foretagens-ekonomi> [2024-10-21].

SCB, *SNI 2007 Standard för svensk näringsgrensindelning*, MIS 2007:2. Örebro: SCB, 2007.

SCB. MONA – SCB:s plattform för mikrodata. [o.d.] <https://www.scb.se/vara-tjanster/bestall-data-och-statistik/mikrodata/mona---leveranssystemet-for-mikrodata/> [2024-10-21].

Schiff, Aaron och Harkanwal Singh. *Competition in New Zealand: highlights from the latest data*. New Zealand Productivity Commission, 2019. Nedladdad från www.productivity.govt.nz.

Schumpeter, Joseph. *The Theory of Economic Development*. New York: Harper, 1943.

Shapiro, Carl. "Competition and innovation: Did Arrow hit the bull's eye?" I Lerner, Josh och Scott Stern, *The Rate and Direction of Inventive Activity Revisited*, 361–404. National Bureau of Economic Research, University of Chicago Press, 2012.

Shapiro, Carl och Ali Yurukoglu (2024), Trends in Competition in the United States: What Does the Evidence Show? UC Berkeley.
<http://faculty.haas.berkeley.edu/shapiro/trendsincompetition.pdf>.

SOU 2002:115 *Skärpning gubbar! Om konkurrens, kvalitet, kostnader och kompetens i byggsektorn*, betänkande av Byggkommissionen. Finansdepartementet.

SOU 2015:105 *Plats för fler som bygger mer*, betänkande av Byggkonkurrensutredningen. Socialdepartementet.

Stemland Eide, Erraia och Grimsby (2022) Industry Concentration and profitability in Europe – the case of Norway, Konkurransetsilsynet, rapport 1/2022.

Stiebale, Joel och Florian Szücs. "Mergers and market power: evidence from rivals' responses in European markets." *The RAND Journal of Economics* 53, Nr. 4 (2022): 678-702.

Sutton, John. *Sunk costs and market structure: Price competition, advertising, and the evolution of concentration*. MIT press, 1991.

Sutton, John. *Technology and market structure: theory and history*. MIT press, 2001.

Svensk Djursjukvård. *Branschrappport 2022*. Stockholm: Svensk Djursjukhusvård, 2022. <https://www.grona.org/imagevault/publishedmedia/5d7qrvgzoduoz258g6/branschrappport-svensk-djursjukvard-2022.pdf?download=0>.

Svensk Djursjukvård. *Branschrappport 2023*. Stockholm: Svensk Djursjukhusvård, 2023. <https://www.grona.org/imagevault/publishedmedia/q6wptppdh5hd1pmoeu1w/Branschrappport - Svensk Djursjukva-rd 2023.pdf?download=0>.

Svenskt Trä. *Skogsindustri*. Artikel på hemsida uppdaterad 2021-05-05 och hämtad 2024-07-27. Stockholm: Svenskt Trä, 2021. <https://www.traguiden.se/om-tra/materialet-tra/skogsbruk/skogsbruk/skogsindustri/>.

Svenska Träskyddsöreningen, *Träskyddsbranschen*. Artikel på hemsida hämtad 2024-07-27. Stockholm: Svenska Träskyddsöreningen, 2024. <https://traskydd.com/traskyddsföreningen/traskyddsbranschen/>.

Symeonidis, George. "Price competition and market structure: the impact of cartel policy on concentration in the UK." *The Journal of Industrial Economics* 48, Nr. 1 (2000): 1-26.

Symeonidis, George. *The effects of competition: Cartel policy and the evolution of strategy and structure in British industry*. MIT press, 2002.

Syverson, Chad. "Macroeconomics and market power: Context, implications, and open questions." *Journal of Economic Perspectives* 33, Nr. 3 (2019): 23-43.

Swedish House of Finance. Serrano. [o.d.] <https://www.hhs.se/sv/houseoffinance/data-center/serrano/> [2024-10-21].

Söderberg, Magnus. "Är successiva förvärv ett konkurrensproblem i Sverige?" Uppdragsforskningsrapport 2021:2, Konkurrensverket, 2021.

Viscusi, W. Kip, Joseph E. Harrington Jr och David EM Sappington. *Economics of regulation and antitrust*. MIT press, 2018.

Weidenman, Per. *The Serrano Database for Analysis and Register-Based Statistics*. (2016), <https://www.hhs.se/en/houseoffinance/data-center/serrano/>.

Weinberg, Matthew. "The price effects of horizontal mergers." *Journal of competition Law and Economics* 4, Nr. 2 (2008): 433-447.

Bilaga 1. Om Serranodatabasen

Uppbyggnaden av Serrano-databasen inbegriper ett övergripande system som reglerar hur data från Bolagsverket, Statistiska centralbyrån, och Bisnode kan sättas samman. En viktig del av detta system handlar om att konvertera och anpassa ursprungliga registerdata till årsvis jämförbara siffror. Detta gäller i synnerhet resultat och balansräkningar i årsredovisningar, men andra data konverteras också till årliga siffror då detta är nödvändigt. Data i Serrano-databasen är anpassade och korrigerade för att hantera olika frågor som:

- Diskrepanser i bokslutsperioder, avseende både korta och långa perioder.
- Bortfall av observationer eller luckor i företags årsredovisningshistorik.
- Uppskattningar av data för det senaste året.
- Registrerings- och avregistreringsdatum inom ett kalenderår (SCB).
- Konvertering av stock- och flödesdata (från balans- och resultaträkningar) till årsdata.
- Kriteria för att avgöra om ett företag är aktivt, tillämbart på både AB (Aktiebolag) och andra typer av företag.
- Definitioner av vad som utgör ett nystartat företag.

Till skillnad från de ursprungliga registerdata är Bisnodes Serranodatabas en kontrollerad och kvalitetssäkrad historisk databas, utvecklad från ett statistiskt perspektiv. Den uppdateras två gånger per år, huvudsakligen i december med en mindre uppdatering i maj. Access till Serrano-databasen är avgiftsbelagd av Bisnode, för att täcka direkta underhållskostnader.

Bisnodes Serranodatabas är mer omfattande än SCB:s (Företagens ekonomi - FEK) data. FEK-statistiken innehåller ekonomisk information om företagen såsom antal företag och anställda, nettoförsäljning, produktions- och förädlingsvärde, tillgångar, brutto- och nettoinvesteringar, inkomst och utgiftsuppgifter och rörelseresultat.

För referenser och ytterligare information se:

<https://www.hhs.se/sv/houseoffinance/data-center/serrano/>

Bilaga 2. Dekomponering av produktivitet

Analysen av produktivitetens dynamik följer Foster, Haltiwanger och Krizan.¹¹⁸ Om vi studerar företag över en tidsperiod som slutar år t och börjar år $t - \tau$, kan vi urskilja tre kategorier av företag:

- *Kategori F* utgörs av företag som existerar både år $t - \tau$ och t . Om $t = 2022$ och $\tau = 15$ består kategori *F* av företag som finns både år 2007 och år 2022.
- *Kategori I* utgörs av företag som kommer in på marknaden någon gång mellan år $t - \tau = 2007$ och år $t = 2022$.
- *Kategori U* utgörs av företag som fanns år $t - \tau = 2007$ men som försvunnit när vi når år $t = 2022$.

Låt P_t vara sysselsättningsvägt förädlingsvärde i näringslivet år t . Produktivitetens förändring mellan år $t - \tau$ och år t , det vill säga $\Delta P_t = P_t - P_{t-\tau}$, kan då skrivas som summan av fem olika komponenter:

$$\begin{aligned} \Delta P_t = & \underbrace{\sum_{i \in F} s_{i,t-\tau} \Delta p_{i,t}}_{1. \text{ Inom-företagseffekt}} + \underbrace{\sum_{i \in F} (p_{i,t-\tau} - P_{t-\tau}) \Delta s_{i,t}}_{2. \text{ Mellan-företagseffekt}} + \underbrace{\sum_{i \in F} \Delta p_{i,t} \Delta s_{i,t}}_{3. \text{ Kors-effekt}} \\ & + \underbrace{\sum_{i \in I} s_{i,t} (p_{i,t} - P_{t-\tau})}_{4. \text{ Inträdes-effekt}} - \underbrace{\sum_{i \in U} s_{i,t-1} (p_{i,t-\tau} - P_{t-\tau})}_{5. \text{ Utträdes-effekt}} \end{aligned}$$

- *Inomföretagseffekten* kommer från förändringar i enskilda företags produktivitet $\Delta p_{i,t}$ vid en given sysselsättningsandel $s_{i,t-1}$ för företag som finns både år $t - \tau$ och år t .
- *Mellanföretagseffekten* drivs av förändringen av sysselsättningsandelen $\Delta s_{i,t}$ vid given produktivitet, $p_{i,t}$, återigen för de företag som finns både år $t - \tau$ och år t .
- *Korseffekten* är bidraget till produktivitetens utveckling när både sysselsättningsandel och produktivitet förändras för de företag som finns både år $t - \tau$ och år t .

¹¹⁸ Foster, Lucia, John C. Haltiwanger och Cornell John Krizan. "Aggregate productivity growth: Lessons from microeconomic evidence." In *New developments in productivity analysis*, pp. 303-372. University of Chicago Press, 2001.

- *Inträdeseffekten* utgörs av företag som endast finns på marknaden år t : det vill säga företag som har kommit in på marknaden någon gång mellan tidpunkten t och tidpunkten år $t - \tau$.
- *Utträdeseffekten* utgörs slutligen av företag som endast finns på marknaden år $t - \tau$: det vill säga företag som lämnat marknaden någon gång mellan år t och år $t - \tau$.

Bilaga 3. Struktur för SNI-koder

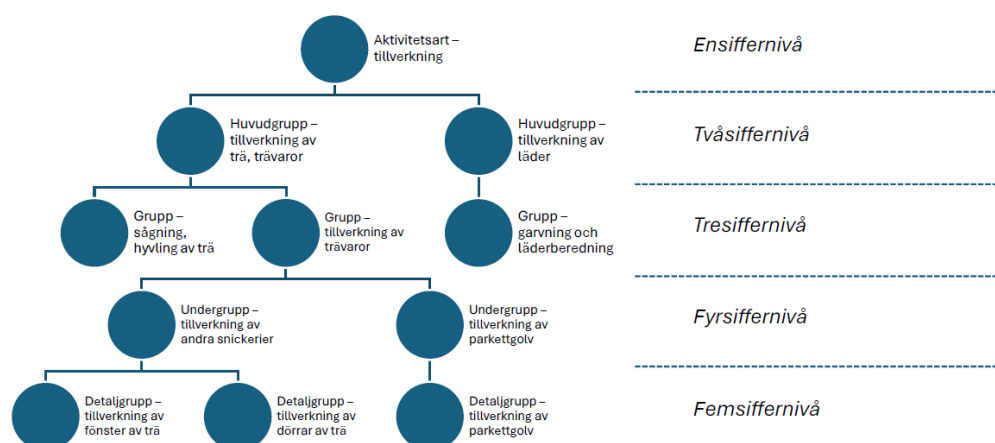
SNI, Svensk näringsgrensindelning, är den branschindelning som vanligen används för att klassificera företag i branscher. Indelningen bygger på EU:s standard NACE (Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne), det vill säga EU:s statistiska nomenklatur för ekonomiska aktiviteter.

På ensiffernivå kan bara tio typer av ekonomisk aktivitet urskiljas, vilket inte riktigt räcker för en meningsfull klassificering. På tvåsiffernivå, det vill säga de första två siffrorna i SNI-koden, kategoriseras "huvudgrupp". I figuren nedan är exempelvis tillverkning av trä och trävaror en huvudgrupp och tillverkning av läder och lädervaror en annan. Enligt SNI2007 finns 88 huvudgrupper.

På tresiffernivå avgränsas grupper, på fyrsiffernivå undergrupper och på femsiffernivå detaljgrupper. Det finns 272 (industri)grupper, 615 undergrupper och 821 detaljgrupper. Detta innebär att flertalet undergrupper inte delas upp i detaljgrupper medan den genomsnittliga "gruppen" delas upp i drygt två undergrupper.

Figuren nedan är bara principiell. Det finns 23 huvudgrupper av tillverkningsindustrier, det vill säga mer än dubbelt så många som kan anges under en aktivitetsart, en siffra på ensiffernivå. Under huvudgrupp 16, tillverkning av trä och trävaror, finns två grupper, i enlighet med figuren. Under gruppen tillverkning av trävaror finns fem undergrupper, varav bara två illustrerats. Under undergruppen andra snickerier finns i själva verket fem detaljgrupper, varav bara två illustrerats, medan undergruppen parkettgolv också utgör en detaljgrupp.

Figur 37 Principskiss för SNI-koder



Bilaga 4. Kapitalintensitet, avkastning på kapital och vinstmarginal

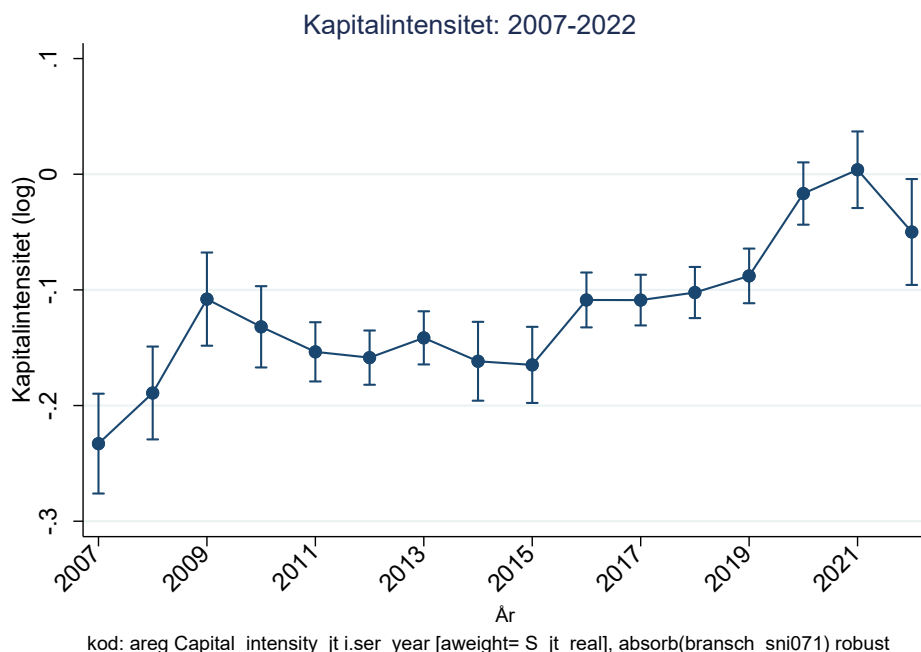
Vi definierar kapitalintensitet som värdet av ett företags tillgångar genom dess omsättning. Denna variabel logaritmeras för att förbättra dess statistiska egenskaper.

För varje bransch och år beräknas sedan den vägda genomsnittliga kapitalintensiteten över alla företag i branschen. Likaså beräknas för varje bransch och år den vägda genomsnittliga vinstmarginalen och avkastningen på kapital.

Vi gör sedan en regression där en tidstrend skattas för genomsnittlig loggad kapitalintensitet med fixa effekter för bransch, där de olika branschernas vikt vägs med deras storlek.

Den skattade trenden från regressionen visas i figur 38 som årliga punkttestimat med konfidensintervall. Figur 38 visar en väsentlig ökning av kapitalintensiteten några år efter finanskrisen och Euro-krisen (efter 2015).

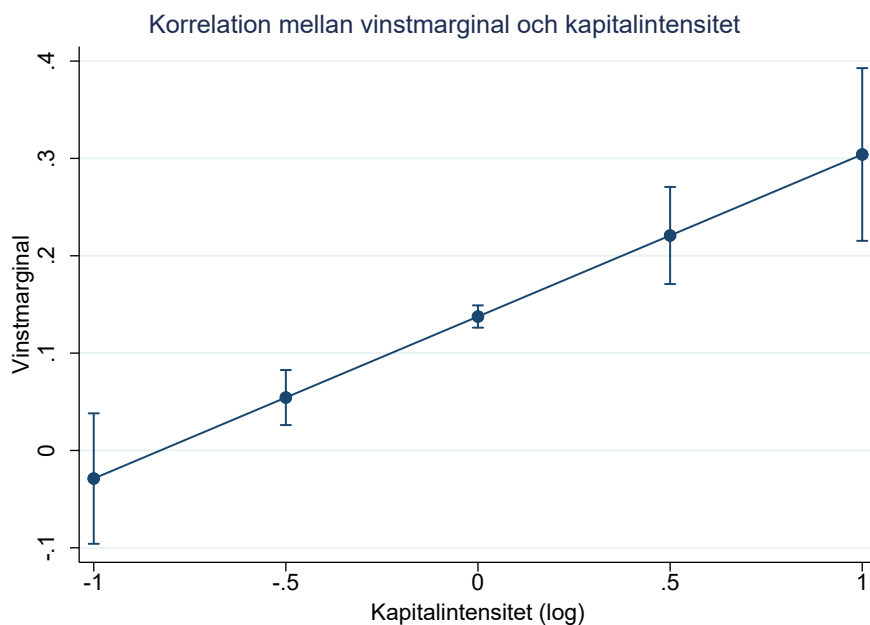
Figur 38 Utvecklingen av logaritmerad kapitalintensitet



Vi gör sedan en regression med vinstmarginal som beroende variabel och loggad kapitalintensitet som förklarande variabel (med "fixed effects" för bransch och år, och där de olika branschernas vikt i regressionen motsvaras av deras storlek i termer av försäljning).

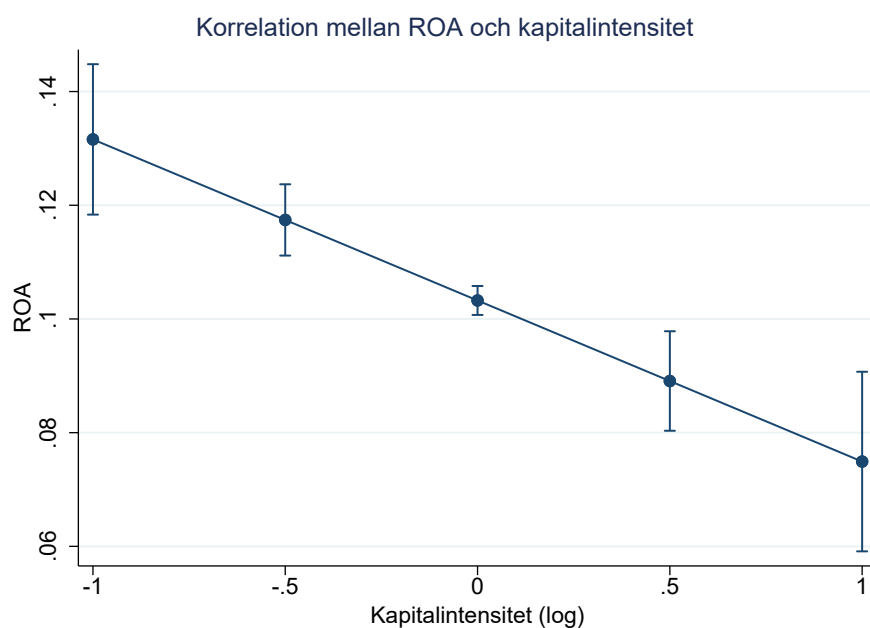
I figur 39 visas den partiella korrelationen mellan vinstmarginal och loggad kapitalintensitet. Figuren visar att om en bransch har högre kapitalintensitet så kommer den tendera att ha högre vinstmarginal.

Figur 39 Skattat samband mellan vinstmarginal och kapitalintensitet



Vi gör slutligen motsvarande regression med avkastning på kapital som beroende variabel och loggad kapitalintensitet som förklarande variabel och åskådliggör den skattade partiella korrelationen mellan dessa båda variabler i figur 40. Här ser vi en negativ korrelation: när kapitalintensiteten ökar i en bransch så tenderar avkastningen på kapital att minska.

Figur 40 Skattat samband mellan avkastning på kapital och kapitalintensitet





Ringvägen 100
118 60 Stockholm
08-700 16 00
konkurrensverket@kkv.se

www.konkurrensverket.se