

Samkeppnisvísar

Á þessari síðu má finna ýmsa mælikvarða á samkeppni sem Samkeppniseftirlitið hefur tekið saman, almenningi og markaðsaðilum til upplýsingar. Samkeppnisvísar þessar geta gefið vísbendingar um hvernig samkeppnisaðstæður þróast hér á landi, bæði frá einum tíma til annars og í samanburði við önnur ríki. Samkeppnisvísarnir eru uppfærðir reglulega, nú síðast í september 2022. Það athugast að í sumum tilfellum eru samkeppnisvísarnir ekki birtir nema á nokkurra ára fresti, s.s. PMR mælikvarða frá OECD sem birtur er á 5 ára fresti og viðhorfskannanir Samkeppniseftirlitsins sem framkvæmdar eru á 3 ára fresti.


Til að leggja mat á samkeppni á íslenskum mörkuðum er stuðst við kannanir og mælikvarða [Alþjóðaefnahagsráðsins](#) (e. World Economic Forum) sem birtir eru í árlegum skýrslum um samkeppnishæfni ríkja (e. [Global Competitiveness Report](#)), mælikvarða frá [Efnahags- og framfarastofnuninni](#) (OECD) sem birtir eru í [gagnabanka stofnunarinnar](#), og [kannanir Samkeppniseftirlitsins](#) um viðhorf stjórnenda og neytenda til samkeppnislegra vandamála og samkeppnislagaþrota sem birtar hafa verið í ritröð Samkeppniseftirlitsins.

Horft er sérstaklega til vísa sem gefa vísbendingar um upplifun íslenskra neytenda og stjórnenda fyrirtækja um samkeppnisvirkni á ýmsum mörkuðum, samþjöppun á völdum mörkuðum og til hindrana sem hægt er að ryðja úr vegi til þess að auka samkeppni og stuðla þar með að aukinni framleiðni og nýsköpun. Vísarnir lúta að því (i) hve virk samkeppni er, (ii) hve mikil samþjöppun er á markaði og umfang markaðsyfirráða, og (iii) hve miklar aðgangshindranir eru á markaði.

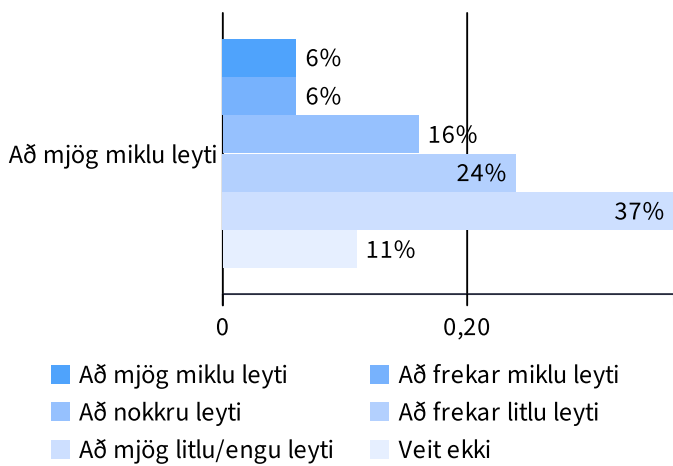
Þar sem við á er staða Íslands borin saman yfir tíma og við hóp níu samanburðarríkja. Samanburðarhópurinn samanstendur af Bretlandi, Danmörku, Finnlandi, Hollandi, Írlandi, Möltu, Noregi, Nýja-Sjálandi og Svíþjóð.

Virkni samkeppni

Flest ríki telja æskilegt að virk samkeppni ríki á sem flestum sviðum atvinnulífsins. Ástæðan er í hnotskurn sú að meginþorri hagfræðikenninga styður eindregið að samkeppni í viðskiptum sé mjög æskileg þar sem hún auki velferð neytenda og stuðli að hagkvæmni í atvinnulífinu. Virk samkeppni er t.a.m. talin stuðla að auknu vöruframboði, betri þjónustu, lægra verði, nýsköpunum og framförum í atvinnurekstri, minni ójöfnuði og minna atvinnuleysi.

 **Samráð** – 3 af hverjum 10 stjórnendum skynja samráð (2020)

Þessi mælikvarði byggir á niðurstöðum könnunar (sjá [skýrslu 3/2020](#)) sem Samkeppniseftirlitið framkvæmdi í byrjun árs 2020 á meðal stjórnenda fyrirtækja með það

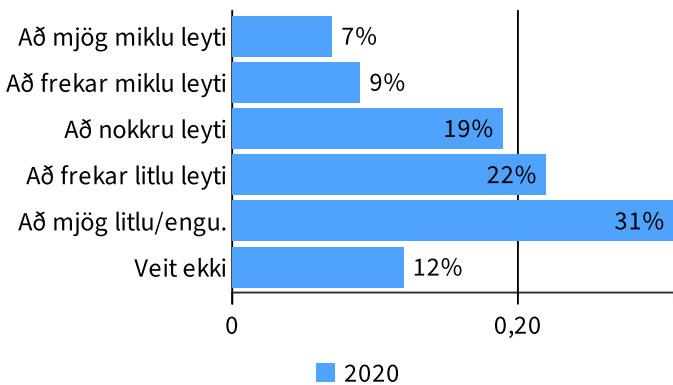


að markmiði að varpa ljósi á þekkingu og viðhorf þeirra til samkeppnismála. Áætlað er að sú könnun sé framkvæmd á þriggja ára fresti og því má gera ráð fyrir að niðurstöður næstu könnunar verði birtar árið 2023.

Samkvæmt niðurstöðum könnunarinnar skynja 28% stjórnenda fyrirtækja samráð að nokkru, frekar miklu eða mjög miklu leyti á þeim mörkuðum sem fyrirtæki þeirra starfar á. 61% skynja samráð að frekar litlu, mjög litlu eða engu leyti, og 11% sögðust óvissir.

Að hversu miklu eða litlu leyti skynjar þú að til staðar sé samráð um samkeppnishamlandi aðgerðir á milli aðila á þeim markaði eða mörkuðum sem fyrirtæki þitt starfar á?

+ Misnotkun á markaðsráðandi stöðu – 1 af hverjum 3 stjórnendum skynjar að markaðsráðandi fyrirtæki misnoti stöðu sína (2020)



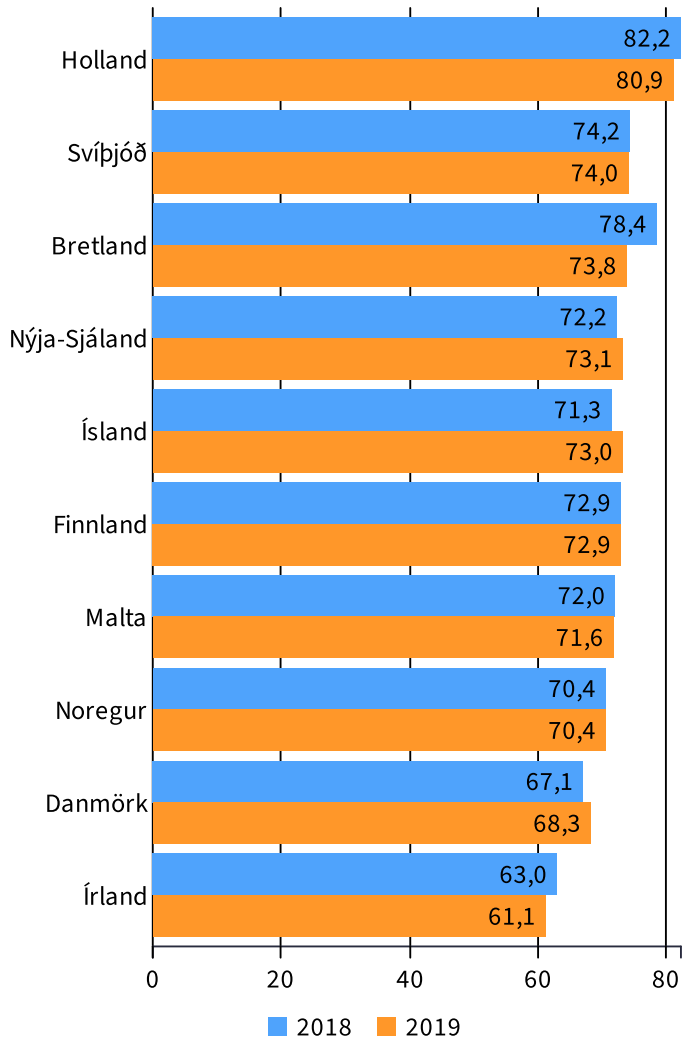
Þessi mælikvarði byggir á niðurstöðum könnunar (sjá [skýrslu 3/2020](#)) sem Samkeppniseftirlitið framkvæmdi í byrjun árs 2020 á meðal stjórnenda fyrirtækja með það að markmiði að varpa ljósi á þekkingu og viðhorf þeirra til samkeppnismála. Áætlað er að sú könnun sé framkvæmd á þriggja ára fresti og því má gera ráð fyrir að niðurstöður næstu könnunar verði birtar árið 2023.

Að hversu miklu eða litlu leyti skynjar þú að markaðsráðandi aðili á þeim markaði eða mörkuðum sem fyrirtæki þitt starfar á misnoti markaðsráðandi stöðu sína?

Samkvæmt niðurstöðum könnunarinnar skynja 35% stjórnenda misnotkun á markaðsráðandi stöðu að nokkru, frekar miklu eða mjög miklu leyti á þeim mörkuðum sem fyrirtækið starfar. 53% skynja misnotkun á markaðsráðandi stöðu að frekar litlu, mjög litlu eða engu leyti, og 12% sögðust óvissir.

+ Samkeppni í þjónustugreinum – Ísland í sæti 5/10 (2019)

Þessi mælikvarði byggir á könnunum Alþjóðaefnahagsráðsins sem framkvæmdar eru árlega (síðast árið 2019). Þar eru svarendur m.a. spurðir hve mikil samkeppni ríki á mörkuðum fyrir sérfræðiþjónustu, smásöluþjónustu og innviðaðþjónustu. Svarendur gefa svar á bilinu 1–7 fyrir hvern markað, þar sem 1 merkir að



Samkeppni sé nánast engin og 7 að samkeppni sé mjög mikil.* Meðaltal er reiknað út frá svörum um markaðina þrjá, og þau svör umreiknuð á skalann 0–100, þar sem 100 merkir aðstæður eins og best er á kosið.

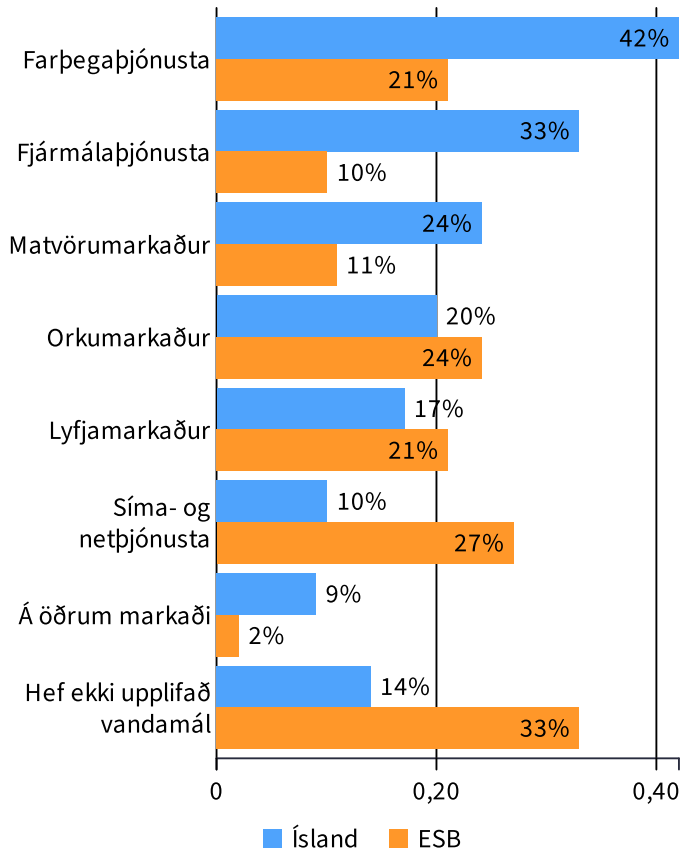
Ísland sat í sjöunda sæti af samanburðarlöndunum tíu árið 2018, og í því fimmta árið 2019. Samkeppni á mörkuðum fyrir þjónustu mældist hæst í Hollandi bæði árin. Írland mælist lægst bæði ár, og næst lægst er Danmörk.

* Á ensku var spurningin “In your country, how competitive is the provision of the following services: professional services (legal services, accounting, engineering, etc.); retail services; and network sector (telecommunications, utilities, postal, transport, etc.)?”

+ Samkeppnisleg vandamál – Mest í farþega- og fjármálaþjónustu (2019)

Þessi mælikvarði byggir á niðurstöðum könnunar Samkeppniseftirlisins (sjá skýrslu [1/2019](#)) um viðhorf almennings til samkeppnismála. Könnunin var framkvæmd á fyrri hluta árs 2019 í tengslum við [könnun](#) sem framkvæmdastjórn Evrópusambandsins hefur látið gera þrisvar í öllum aðildarríkjum sambandsins.*

Flestir höfðu upplifað samkeppnisleg vandamál á markaði fyrir farþegaþjónustu (42%), fjármálaþjónustu (33%) og matvöru (24%). Hjá evrópskum neytendum nefndu flestir að þeir hafi upplifað vandamál á markaði með síma- og netþjónustu (26%), orkumarkaði (23%) og lyfjamarkaði (20%).



Þegar svör Íslenskra neytenda eru borin saman við svör neytenda í ESB ríkjunum kemur í ljós að talsvert hærra hlutfall neytenda upplifir samkeppnisleg vandamál á mörkuðum sem varða farþegaþjónustu, fjármálaþjónustu og matvörumarkað en umtalsvert lægra hlutfall upplifir samkeppnisleg vandamál á mörkuðum fyrir síma- og netþjónustu. Þá er hlutfall þeirra sem segjast ekki hafa upplifað nein vandamál töluvert lægra á meðal Íslenskra neytenda samanborið við neytendur í ESB ríkjunum.

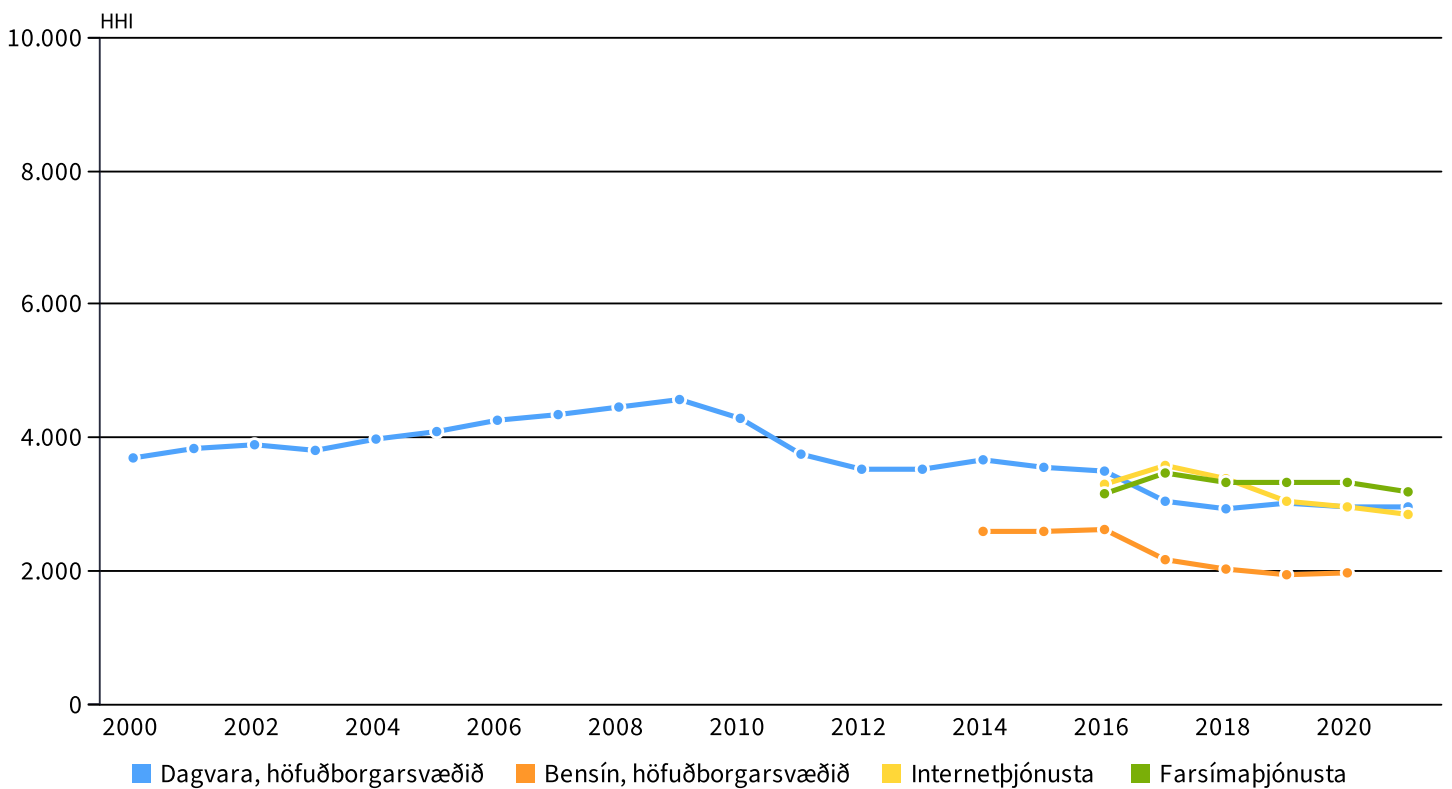
„Hefur þú einhvern tímann upplifað vandamál sökum skorts á samkeppni á einhverjum af eftirfarandi mörkuðum sem leiddu til hærri verðs en ella takmarkaðs úrvals af vörum eða söluaðilum eða minni gæða?“

* Svarendur könnunarinnar gátu valið þá tvo markaði þar sem þeir höfðu upplifað mest samkeppnisleg vandamál, og því er summa svarmöguleika hærri en 100%.

Samþjöppun og markaðsyfirráð

Hugtakið „samþjöppun“ (e. concentration) á uppruna sinn í atvinnuvegahagfræði og vísar til þess hvernig starfsemi á tilteknum markaði deilist niður á fyrirtækin sem þar starfa. Mikil samþjöppun bendir almennt til fremur takmarkaðrar samkeppni en lítil samþjöppun til mikillar samkeppni. Rétt er að taka fram að ýmis önnur sjónarmið eru einnig höfð til viðmiðunar, s.s. þróun hlutdeildar yfir tíma, fjárhagslegur styrkleiki markaðsaðila og aðgangshindranir að markaði.

Á samþjöppuðum mörkuðum er almennt meiri hættu en ella á að fyrirtæki með sterka stöðu geti verið í aðstöðu til þess að hindra virka samkeppni og starfa að verulegu leyti án þess að taka tillit til keppinauta, viðskiptavina og neytenda. Vegna þessa eru hér bæði birtir mælikvarðar fyrir samþjöppun og mat stjórnenda Íslenskra fyrirtækja um umfang markaðsyfirráða.



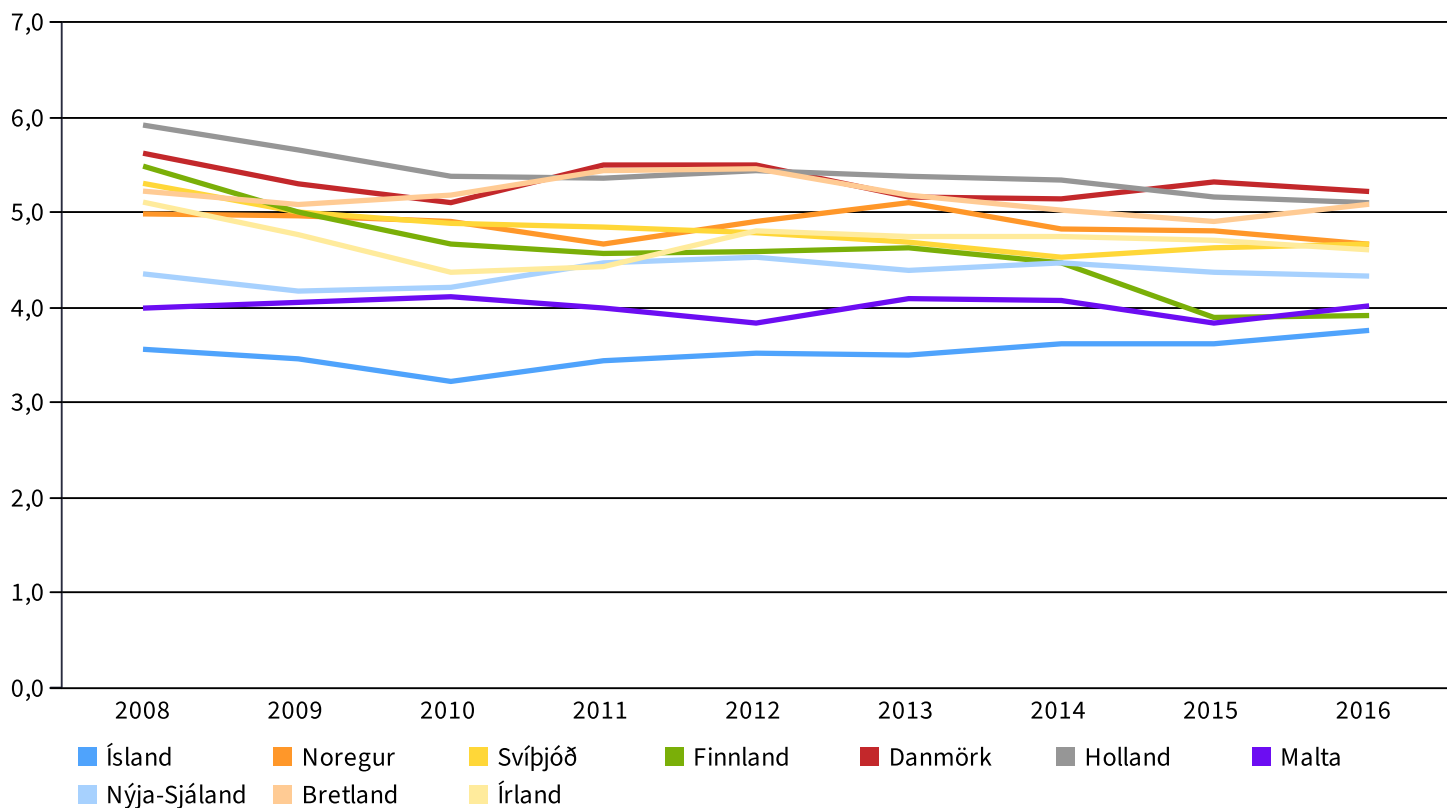
Einn mælikvarði á samþjöppun á markaði er svokallaður [Herfindahl-Hirschman stuðull](#), eða HHI stuðull/vísir á íslensku. Sá er talinn ein áreiðanlegasta vísbendingin um hve mikil samþjöppun á markaði er.

HHI stuðullinn er summa ferningstalna markaðshlutdeilda fyrirtækja á markaði. Gildi stuðulsins liggur á milli 0 og 10.000, en því hærra sem gildið er þeim mun meiri er samþjöppun á markaði. Gildi stuðulsins er 10.000 ef aðeins eitt fyrirtæki er á markaðnum ($100^2 = 10.000$), en sem næst 0 séu öll fyrirtæki á markaðnum með örlitla markaðshlutdeild hvert fyrir sig. HHI stuðull á markaði þar sem eru þrjú fyrirtæki, með markaðshlutdeildir 70%, 20% og 10%, er $70^2 + 20^2 + 10^2 = 5.400$.

Markaðir þar sem HHI gildi eru undir 1.000 eru almennt taldir vera virkir samkeppnismarkaðir. Samþjöppun telst í meðallagi þegar HHI gildi á bilinu 1.000 til 1.800, en mikil samþjöppun er til staðar þegar gildið fer yfir 1.800 stig.

Á þeim fjórum mörkuðum sem greindir eru er samþjöppun mikil en hefur farið minnkandi á þremur. Hér ber þó að vekja athygli á því að umtalsvert sameiginlegt eignarhald er til staðar á framangreindum fjórum mörkuðum og ber að taka niðurstöðum um þróun samþjöppunar með þeim fyrirvara, sbr. umfjöllun að ofan.

Á markaði fyrir dagvöru á höfuðborgarsvæðinu var samþjöppun mest árið 2009 og hefur að mestu farið lækkandi síðan, eða úr um 4.500 stigum árið 2009 í um 2.900 árið 2020. Samþjöppun á markaði fyrir internetþjónustu og sölu bensíns á eldsneytisstöðvum á höfuðborgarsvæðinu minnkaði á milli 2016 og 2020/2021 en samþjöppun í farsímaþjónustu hefur að mestu staðið í stað á milli sömu ára.



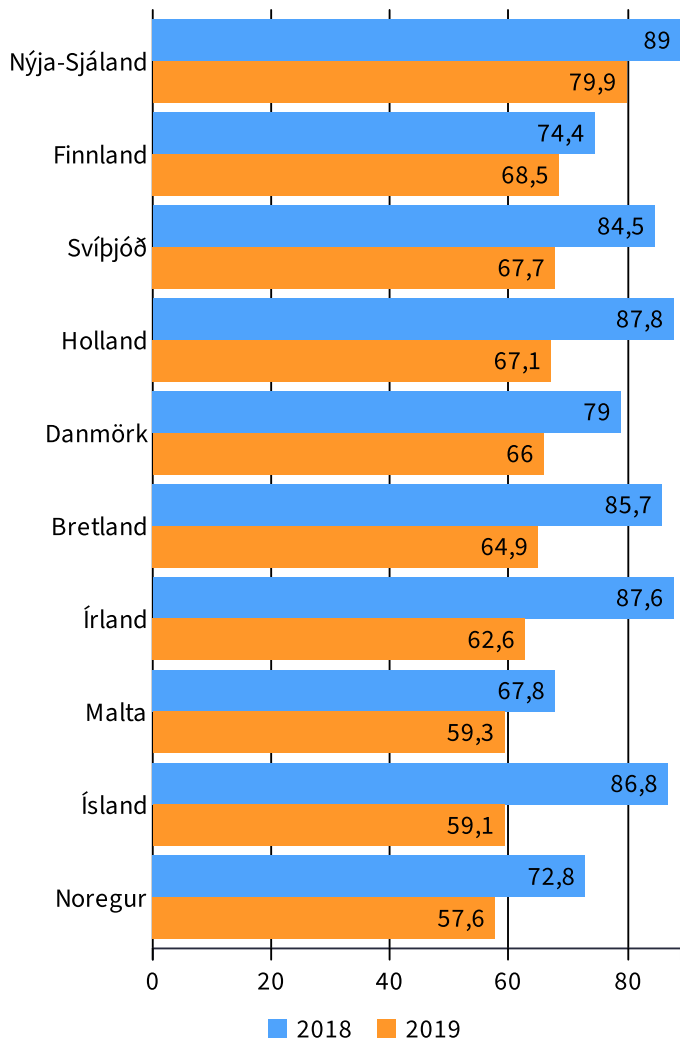
Fyrirtæki með sterka stöðu á markaði geta verið í aðstöðu til þess að hindra virka samkeppni og starfa að verulegu leyti án þess að taka tillit til keppinauta, viðskiptavina og neytenda. Alþjóðaefnahagsráðið mælir umfang markaðsyfirráða (e. extent of market dominance) í könnun sem send er út til stjórnenda fyrirtækja um allan heim. Viðkomandi er spurður hvert umfang markaðsyfirráða er í því landi þar sem hann starfar.

Mælikvarðinn byggir á svörum við spurningunni „Hvernig er starfsemi á markaði best lýst í þínu landi?“ þar sem svör eru gefin á bilinu 1–7, þar sem 1 merkir að nokkur fyrirtæki fari með markaðsyfirráð og 7 merkir að markaðsyfirráð deilast á mörg fyrirtæki. Æskilegra er að gildi séu hærri en lægri. Á ensku var spurningin „In your country, how do you characterize corporate activity?“ [1 = dominated by a few business groups; 7 = spread among many firms]

Umfang markaðsyfirráða er mest á Íslandi af öllum samanburðarlöndum, þ.e. hér deilast markaðsyfirráð á fá fyrirtæki. Árið 2019 var mest samkeppni mæld á þennan hátt í Danmörku, og Hollandi þar á eftir. Þau tvö lönd hafa skipað efstu sætin undanfarin ár.

Aðgangshindranir

Það fylgir því venjulega einhver kostnaður og fyrirhöfn fyrir fyrirtæki að hefja starfsemi á nýjum markaði, en slíkt er talað um sem aðgangshindranir. Ef engar aðgangshindranir eru til staðar á markaði er viðbúið að ný fyrirtæki komi og hefji starfsemi á honum um leið og hagnaðartækifæri gefast. Þetta gerir það að verkum að slíkur markaður er alla jafna skilvirkari en markaðir þar sem aðgangshindranir eru til staðar.



Þessum mælikvarða er ætlað að mæla hversu opið viðskiptaumhverfið er (e. *trade openness*), og byggir á fjórum mælikvörðum sem lúta að (i) umfangi viðskiptahindrana annarra en tolla, (ii) tollum, (iii) flækjustigi tolla, og (iv) skilvirkni tollafgreiðslu.

Árið 2019 var Ísland í níunda sæti af löndunum tíu. Einungis í Noregi var viðskiptaumhverfið lokaðra. Í Nýja-Sjálandi var viðskiptaumhverfið opnast og munaði nokkru milli þess og þeirra landa sem á eftir komu. Viðskiptaumhverfið varð lokaðra í öllum ríkjunum á milli 2018 og 2019, en staða Íslands innan hópsins versnaði, lækkaði úr fjórða sæti niður í það níunda.

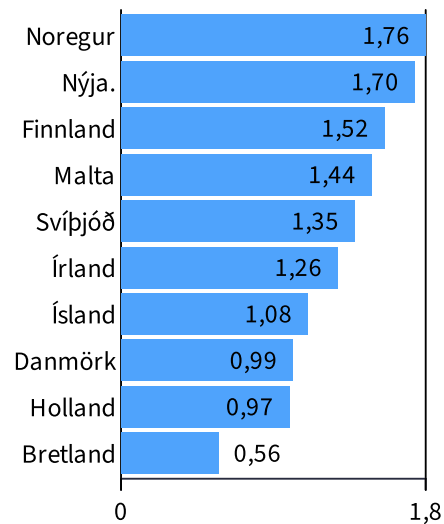
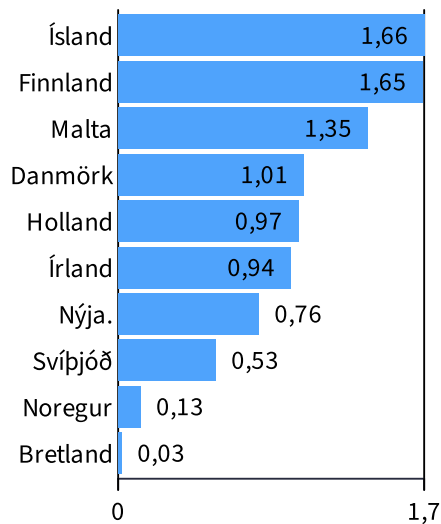
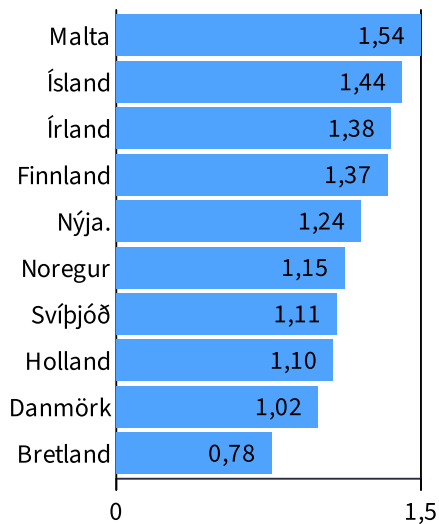
Mælikvarðarnir byggja allir á spurningakönnunum og eru á skalanum 1–7. Þeir eru síðan teknir saman í einn stærri mælikvarða sem mælir hversu opið viðskiptaumhverfið er, sem er sá sem birtur er á mynd hér að ofan. Mælikvarðinn tekur gildi á bilinu 0–100, þar sem 100 merkir aðstæður sem best er á kosið. Frekari upplýsingar um undirmælikvarða má finna í skýrslu [Alþjóðaefnahagsráðsins](#).

+ **Reglubyrði** – Ísland í sæti 9/10 (2018)

Þvert á hagkerfið

Smásöluverslun

Netgreinar



Árið 2018 var Ísland í níunda sæti af löndunum tíu þegar horft er til reglugerða í hagkerfinu í heild. Einungis í Möltu var reglugerð umfangsmeiri. Reglugerðir var minnst í Bretlandi og munaði þar nokkru á því og þeim löndum sem eftir komu. Ísland var metið með mestu reglugerðina í smásöluverslun, en þá fjórðu minnstu í tengslum við netgreinar. Í öllum tilfellum var reglugerðin minnst í Bretlandi.

Almennt um mælikvarðann

OECD heldur úti svokölluðum [PMR mælikvarða](#) (e. product market regulation) sem ætlað er að mæla á samanburðarhæfan hátt umfang laga og regluverks sem hindrar innkomu nýrra aðila á markaði og þar með samkeppni. Fjöldmörg atriði koma hér til skoðunar, s.s. leysisveitingar, opinber útboð, stjórnarhættir, verðkvaðir (e. price regulation), regluverk og svo framvegis.

Reglugerðir í smásöluverslun

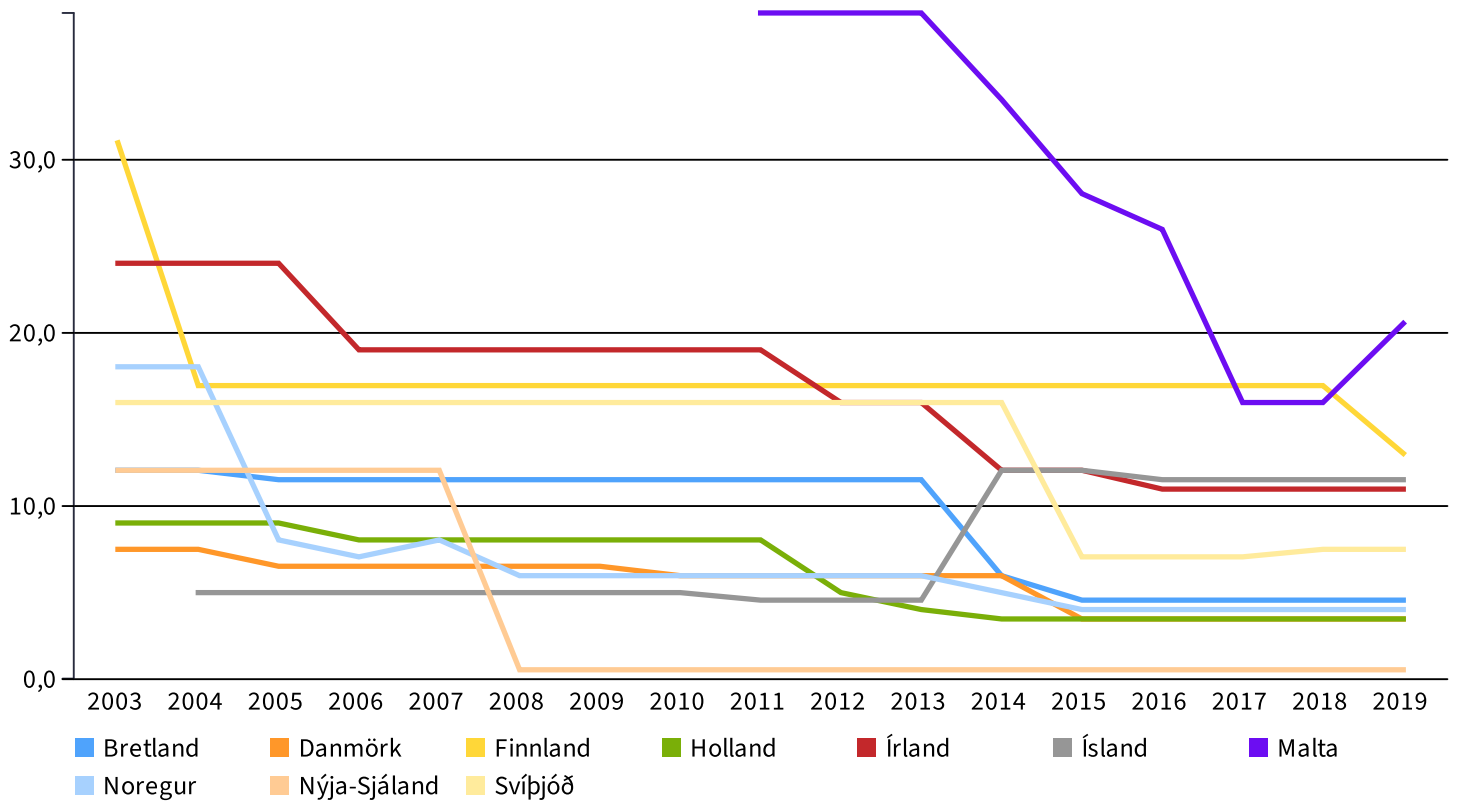
Við útreikning á mælikvarða OECD fyrir reglugerðir í smásöluverslun eru eftirfarandi atriði skoðuð: (i) nýskráning fyrirtækja, (ii) reglugerðir er varða opnunartíma verslana, (iii) reglugerðir er varða verðlagningu á smásölustigi, og (iv) reglugerð er varðar sölu á netinu.

Reglugerðir í netgreinum

Við útreikning þessa mælikvarða OECD eru lagasetning og reglugerðir skoðuð á mörkuðum fyrir orku, samgöngur (á landi, láði og legi) og fjarskiptakerfi.



Tími sem það tekur að stofna fyrirtæki – Ísland í sæti 8/10 (2019)



Alþjóðabankinn (e. World Bank) heldur úti og birtir mælikvarða um það hversu langan tíma tekur að jafnaði að stofna fyrirtæki. [Hér](#) er talinn fjöldi sólarhringa sem þörf er á til að klára þau störf sem nauðsyn krefur til að stofna fyrirtæki á löglegan hátt.

Ísland var árið 2019 í sjötta sæti af samanburðarlöndunum öllum. Þá tók 11,5 daga að stofna fyrirtæki hér á landi og hafði gert frá árinu 2014 en árin 2003 til 2013 tók 4-4,5 daga að stofna fyrirtæki hér á landi. Síðan síðustu mælingar voru birtar af hálfu Alþjóðabankands hafa verið gerðar breytingar á [skráningarferli einkahlutafélaga](#) og tekur stofnun nú 4-5 virka daga í stað 10-12 líkt og var áður.