



Samkeppnisvísar

Alþjóðlegur samanburður

Rit. nr. 4/2021
Umræðuskjal





Efnisyfirlit

1.	Inngangur	3
2.	Samantekt	4
3.	Virgni samkeppni	6
3.1.	Samkeppni í þjónustu.....	7
3.2.	Skynjun stjórnenda fyrirtækja á því hvort samráð sé til staðar á íslenskum mörkuðum	7
3.3.	Skynjun neytenda á vandamálum sökum skorts á samkeppni	7
3.4.	Umfang markaðsyferráða.....	8
4.	Sambjöppun á markaði	9
5.	Aðgangshindranir	10
5.1.	Hindranir í millirikjaviðskiptum.....	11
5.2.	Reglubyrði	11
5.3.	Skynjun stjórnenda fyrirtækja á misnotkun á markaðsráðandi stöðu á íslenskum mörkuðum.....	14
5.4.	Tími sem það tekur að stofna fyrirtæki.....	14
6.	Heimildir	15



1. Inngangur

1. Til að stuðla að virkri samkeppni á mörkuðum gilda hér á landi samkeppnislög sem hafa það að markmiði að *"efla virka samkeppni í viðskiptum og þar með vinna að hagkvæmri nýtingu framleiðslubátta þjóðfélagsins."* Auk framkvæmdar og framfylgdar samkeppnisyfirvalda á samkeppnislögum hefur stefna stjórnvalda mikla þýðingu við framkvæmd markmiða samkeppnislaga, en óþarfar aðgangshindranir að mörkuðum hafa neikvæð áhrif á samkeppni og þar með líf skjör.
2. Með útgáfu þessa umræðuskjals eru teknir saman valdir samkeppnisvísar (e. competition indicators) sem geta gefið vísbendingar um hvernig samkeppnisaðstæður eru að þróast hér á landi, bæði frá einum tíma til annars og í samanburði við önnur ríki. 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 þar með stuðla að aukinni framleiðni og nýsköpun.
3. Hér er notast við mælikvarða sem OECD og World Economic Forum (WEF) birta með reglulegum hætti, ásamt greiningum sem Samkeppniseftirlitið hefur unnið á íslenskum vettvandi. Þar sem við á er staða Íslands borin saman yfir tíma og við hóp níu samanburðarríkja. Hann samanstendur af Bretlandi, Danmörku, Finnlandi, Hollandi, Írlandi, Möltu, Noregi, Nýja Sjálandi og Svíþjóð.
4. Á komandi mánuðum hyggst Samkeppniseftirlitið birta þessa vísa á vefsíðu sinni og uppfæra með reglubundnum hætti til þess að auðvelda neytendum, fyrirtækjum, stjórnvöldum, Samkeppniseftirlitinu, fjölmiðlum og öðrum haghöfum aðgengi að upplýsingum sem nýtast í umræðu um það hvernig samkeppni er háttað á íslenskum mörkuðum.
5. Með þessu umræðuskjali vill Samkeppniseftirlitið gefa hagaðilum tækifæri til þess að hafa áhrif á hvaða samkeppnisvísu Samkeppniseftirlitið mun miðla komandi árum. Er óskað eftir að sjónarmið um efni umræðuskjalsins berist Samkeppniseftirlitinu eigi síðar en 23. júní 2021 með bréfpósti eða á netfangið samkeppni@samkeppni.is



2. Samantekt

6. Í töflu 1 má finna þá 14 samkeppnisvísa sem Samkeppniseftirlitið hyggst birta með reglulegum hætti á komandi árum. Stuðst er við nýjustu tölur í hverju tilviki fyrir sig. Þar sem við á er staða Íslands borin saman við hóp níu samanburðarríkja. Hann samanstendur af Bretlandi, Danmörku, Finnlandi, Hollandi, Írlandi, Möltu, Noregi, Nýja Sjálandi og Svíþjóð.

Tafla 1 Yfirlit yfir þá 14 samkeppnisvísa sem fjallað er um í þessu riti.

Virgni samkeppni	
Samkeppni í þjónustu (WEF)	5/10 sæti
Skynjun stjórnenda íslenskra fyrirtækja á því hvort samráð sé til staðar (SE)	28%
Skynjun neytenda á vandamálum sökum skorts á samkeppni (SE)	86%
Skynjun stjórnenda íslenskra fyrirtækja á misnotkun á markaðsráðandi stöðu (SE)	35%
Samþjöppun á markaði	
Markaðshlutdeild tveggja stærstu á völdum mörkuðum og samþjöppun (SE)	
Sala dagvöru á höfuðborgarsvæðinu	[75-80]% 3.558
Sala bensíns á höfuðborgarsvæðinu	[50-55]% 2.228
Internetþjónusta	[80-85]% 3.374
Farsímaþjónusta	[70-75]% 3.334
Umfang markaðsyfirráða (WEF) ¹	10/10 sæti
Aðgangshindranir	
Viðskiptahindranir (milliríkjavíðskipti) (WEF)	9/10 sæti
Reglubyrði þvert á hagkerfið (OECD)	9/10 sæti
Reglubyrði í smásöluverslun (OECD)	10/10 sæti
Reglubyrði í netgreinum (OECD)	4/10 sæti
Tími sem það tekur að stofna fyrirtæki (WEF)	7/10 sæti

7. Þegar litið er til þeirra samkeppnisvísa sem gefa það til kynna hversu virk samkeppni er hér á landi þá er Ísland í 5 sæti af 10 þegar kemur að samkeppni í þjónustu. Þá er tæpur þriðjungur stjórnenda íslenskra fyrirtækja sem skynjar að samráð sé til staðar á þeim mörkuðum sem viðkomandi starfar og rúmlega þriðjungur verður var við misnotkun á markaðsráðandi stöðu. Þá skynja 85% neytenda samkeppnisleg vandamál á íslenskum mörkuðum.
8. Hvað varðar samþjöppun á mörkuðum þá er hún há hér á landi á mörgum tilvikum. Endurspeglast það í þeim samþjöppunarmælikvörðum sem birtir eru hér auk þess sem mat íslenskra stjórnenda á umfangi markaðsyfirráða hér á landi er sýnu verst í alþjóðlegum samanburði. Á þeim fjórum mörkuðum sem horft er hér til ber þó að minnast á að samþjöppun í bensínsölu á

¹ Extent of market dominance



höfuðborgarsvæðinu er umtalsvert minni en sala dagvöru á sama svæði, internetþjónusta og farsímaþjónusta.

9. Þeir samkeppnisvísar sem gefa til kynna umfang aðgangshindrana hér á landi benda heilt yfir til þess að þær séu töluverðar í alþjóðlegum samanburði. Ísland er í 7-10. sæti þegar horft er til viðskiptahindrana í milliríkjaviðskiptum, reglubyrði þvert á hagkerfið, reglubyrði í smásöluverslun og þann tíma sem það tekur að stofna fyrirtæki. Reglubyrði í netgreinum stendur þó betur, en þar er Ísland í 4 sæti.



3. Virkni samkeppni

11. 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.² Nánar tiltekið er virk samkeppni talin stuðla að eftirfarandi:
 - Aukinni samkeppnishæfni ríkja.
 - Auknu vöruframboði og betri þjónustu.
 - Auknu hagræði í rekstri og minni sóun.
 - Nýsköpun og framförum í atvinnurekstri.
 - Neytendur fá vörur og þjónustu á sem lægstu verði.
 - Þjóðhagslegri hagkvæmni í efnahagslífinu (ábati neytenda og framleiðenda).
 - Minni ójöfnuði.
 - Minna atvinnuleysi.
12. Vegna allra þessara jákvæðu áhrifa er ljóst að mikið er í húfi fyrir neytendur, viðskiptavinum fyrirtækja og svo samkeppnishæfni íslensks efnahagslífs að virk samkeppni ríki. Sá ábati sem leiðir af samkeppni skiptir þannig samfélög miklu máli. Ummæli Margrethe Vestager, framkvæmdastjóri samkeppnismála hjá framkvæmdastjórn ESB, um hvernig samkeppni styður við markmið um sjálfbærni eru til vitnis um það.³
13. Til að leggja mat á samkeppni á íslenskum mörkuðum er stuðst við könnun Alþjóðafnahagsráðsins um samkeppni á þjónustu hér á landi í samanburði við önnur lönd og svo kannanir Samkeppniseftirlitsins um viðhorf þeirra til samkeppnislegra vandamála sem og samkeppnislegabrota.

² Sjá t.d. rit OECD frá október 2014, Factsheet on how competition policy affects macro-economic outcomes. Á bls. 2 er fjallað um áhrif samkeppni á framleiðni: „Most importantly, it is clear that industries where there is greater competition experience faster productivity growth. This has been confirmed in a wide variety of empirical studies, on an industry-by-industry, or even firm-by-firm, basis. ... The effects of stronger competition can be felt in sectors other than those in which the competition occurs. In particular, vigorous competition in upstream sectors can 'cascade' to improve productivity and employment in downstream sectors and so through the economy more widely.“ Sjá einnig skýrslu breska viðskipta- og iðnaðarráðuneytsins (DTI) „DTI Economics Paper no. 9, The Benefits for Competition: some illustrative UK cases“, júlí 2004: „Almost from their (academic) cradle, economists learn the virtues of competition. Whether couched in the elegant prose of Georgian English, or in the more direct style of the 21st century, the message is the same. Competition is a good thing; it makes markets work well, and is in society's interests.“

³ Ræða Margrethe Vestager, 24. október 2019, Competition and sustainability. Þar kemur þetta fram: „Tackling climate change is an important part of living more sustainably. But it's only one part of building a more sustainable way of life. And as this conference reminds us, businesses have a vital role, in helping to create markets that are sustainable in many different ways.“

And competition policy should support them in doing that.

After all, competition helps to make us more sustainable. In a competitive market, where there is transparency, businesses can't afford to use more scarce – and expensive – resources than they absolutely need. And competition also helps to drive innovation, and expand our society's stock of ideas and technologies that help us live more sustainably.

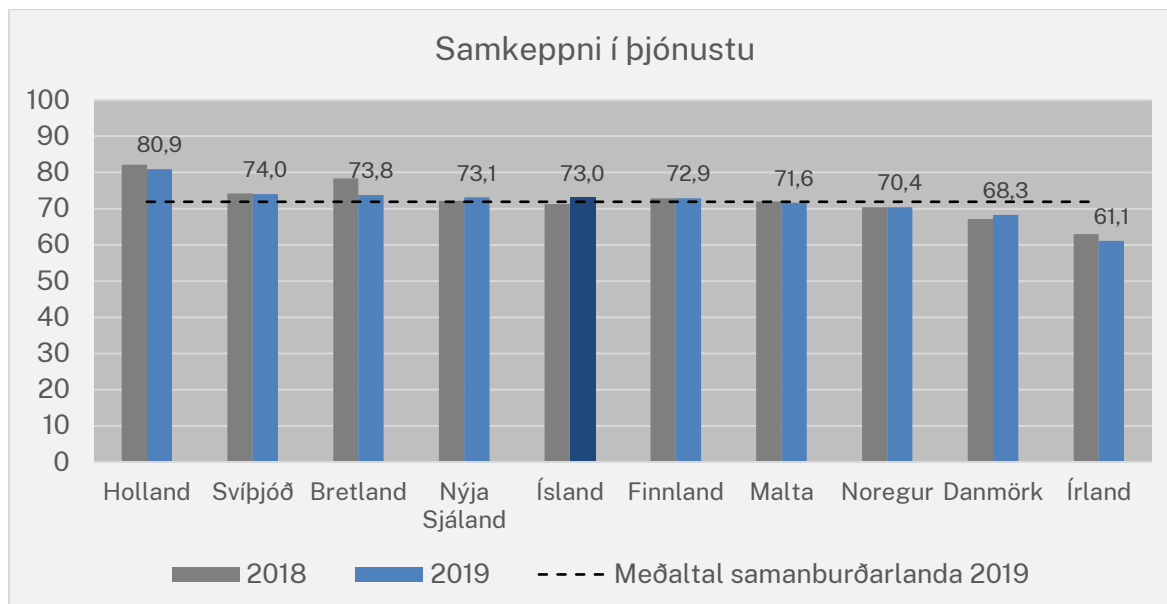
But most importantly, perhaps, competition means that businesses have to listen to consumers, when we demand sustainable products.

More and more of us today want to know that our choices are contributing to a more sustainable world. And business is responding to that. In just the four years up to 2016, Europe's organic food market grew from 20 to 30 billion euros. There are now two million electric and hybrid cars on Europe's roads. And many businesses are now stepping up, and taking responsibility for providing decent conditions for the workers who make their products – even if they don't directly employ those people.“



3.1. Samkeppni í þjónustu

14. Samkvæmt nýjustu skýrslu Alþjóðafnagshagsráðsins, fyrir árið 2019, var gildi mælikvarðans samkeppni í þjónustu, fyrir Ísland, **73,0 af 100**, sem skilaði Íslandi **26. sæti** af því 141 ríki sem skýrslan nær yfir. Árið 2018 var Ísland í 38. sæti af 140, með skorið 71,3 af 100. Ísland bætti sig því á milli ára.⁴



15. Af samanburðarlöndum var Holland í efsta sætinu árið 2019, eða í 3. sæti af 141 með skorið 80,9. Ísland var fyrir miðju, fjögur lönd ofar og fimm lönd neðar. Meðalskor samanburðarlandanna (að Íslandi meðtöldu) var 71,9, örlítið lægra en skor Íslands.

3.2. Skynjun stjórnenda fyrirtækja á því hvort samráð sé til staðar á íslenskum mörkuðum

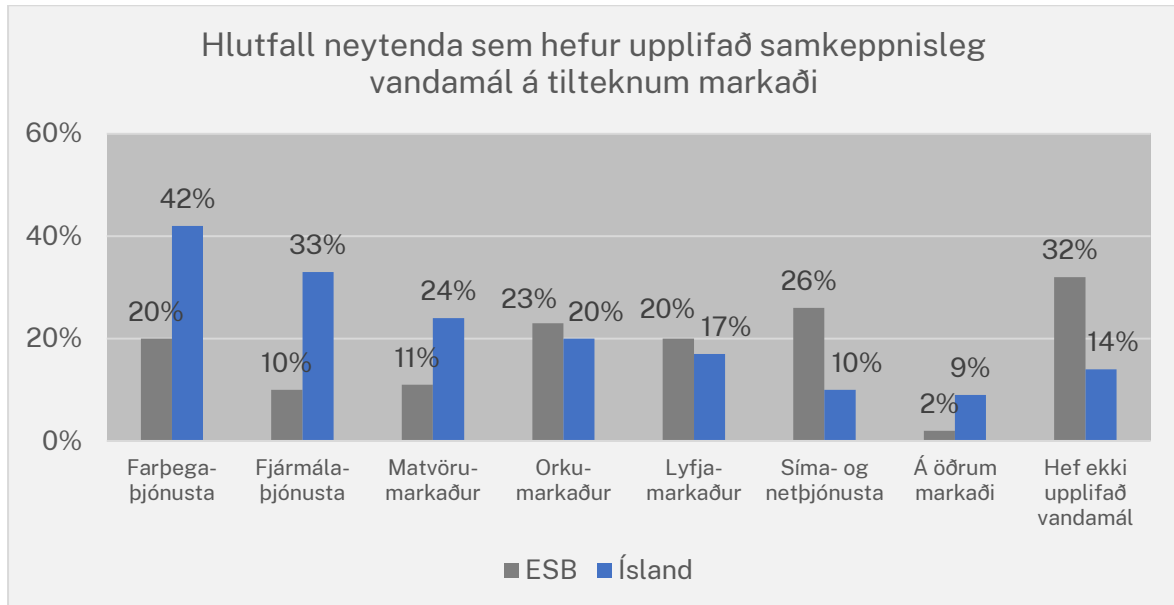
16. Í skýrslu nr. 3/2020, þekking og viðhorf stjórnenda íslenskra fyrirtækja til samkeppnismála, kemur fram að **28%** stjórnenda fyrirtækja skynja að nokkru, frekar miklu eða mjög miklu leyti að til staðar sé samráð um samkeppnishamlandi aðgerðir á milli aðila á þeim mörkuðum sem fyrirtækið starfar.

3.3. Skynjun neytenda á vandamálum sökum skorts á samkeppni

17. Í skýrslu nr. 1/2019, Viðhorf almennings til samkeppnismála, voru neytendur m.a. spurðir um hvort þeir hefðu upplifað samkeppnisleg vandamál á tilteknum mörkuðum. Voru svör neytenda borin saman við svör neytenda í sambærilegri könnun sem Evrópusambandið framkvæmir reglulega í aðildarlöndum sambandsins.⁵

⁴ Mælikvarðinn samkeppni í þjónustu (e. Competition in services) byggir á svörum við spurningunni “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.)?” í skýrslu Alþjóðafnagshagsráðsins, þar sem svarendur gefa svar á bilinu 1 (not at all competitive) til 7 (extremely competitive). Svörin eru síðan umreiknuð á skalann 0-100, þar sem 100 stendur fyrir aðstæður eins og best verður á kosið.

⁵ Í könnuninni var spurt hvort að svarendur hafi „einhvern tímann upplifað vandamál sökum skorts á samkeppni á einhverjum af eftirfarandi mörkuðum sem leiddu til herra verðs en ella takmarkaðs úrvals af vörum eða söluaðilum eða minni gæða“. Svarendur gátu valið þá tvo markaði sem þeir höfðu upplifað mest samkeppnisleg vandamál, og því er summan af svörum hærri en 100%. Sambærileg könnun var framkvæmd á vegum Evrópusambandsins í ríkjum sambandsins og voru niðurstöður hennar gefnar út í skýrslunni „Flash Eurobarometer 476: Citizens' perceptions about competition policy“ í apríl 2019.

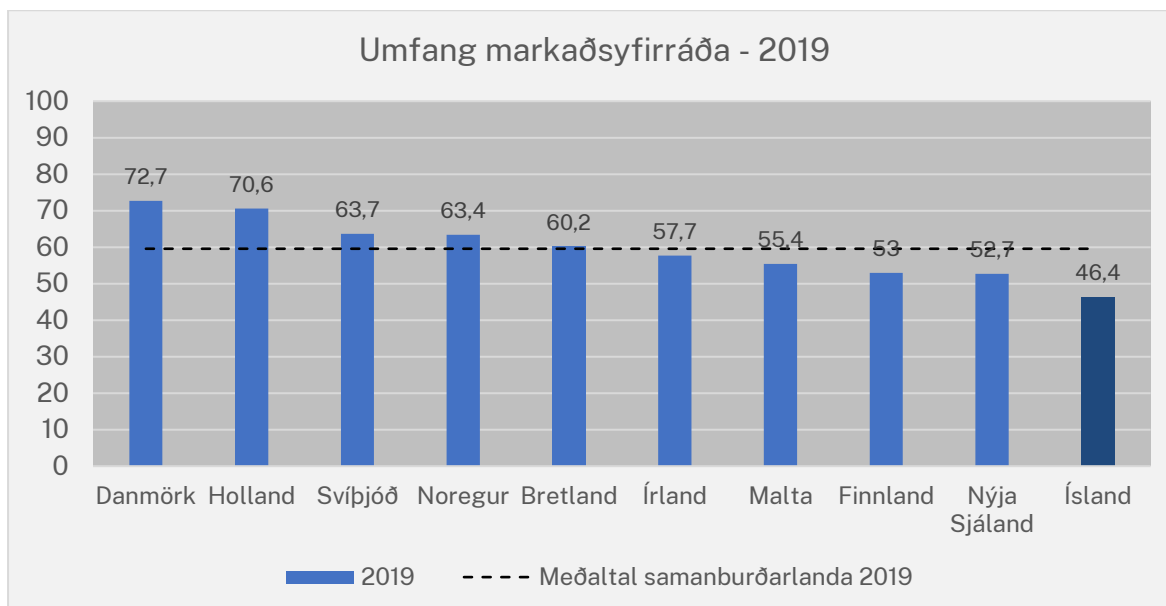


18. Flestir höfðu upplifað samkeppnisleg vandamál á markaði fyrir farþegaþjónustu (42%), fjármálaþjónustu (33%) og matvörumarkaði (24%). Einungis 14% höfðu ekki upplifað samkeppnisleg vandamál á neinum markaði. Hjá evrópskum neytendum nefndu flestir að þeir hafi upplifað vandamál á markaði með síma- og netþjónustu (26%), orkumarkaði (23%) og lyfjamarkaði (20%). 32% nefndu að þeir hefðu ekki upplifað nein vandamál, sem er töluvert hærra hlutfall en á meðal íslenskra svarenda.
19. Þegar svör íslenskra neytenda eru borin saman við svör neytenda í ESB ríkjunum kemur í ljós að umtalsvert 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.

3.4. Umfang markaðsyfirráða

20. 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 keppnauta, viðskiptavina og neytenda. Alþjóðaeftahagsráðið mælir umfang markaðsyfirráða (e. extent of market dominance) með því að spyrja svarendur könnunar á meðal stjórnenda fyrirtækja um allan heim hvert það sé í þeim löndum sem viðkomandi stjórnendur starfa í. Eftir því sem umfang markaðsyfirráða er meira því neðar lendar viðkomandi land í samanburðinum.⁶
21. Samkvæmt skýrslunni Alþjóðaeftahagsráðsins [fyrir árið 2019](#) var gildi mælikvarðans fyrir Ísland **46,4 af 100**, sem skilaði Íslandi **72. sæti** af því 141 ríki sem skýrslan nær yfir. Árið áður var Ísland í 68. sæti af 140, með skorið 45.1 af 100. Ísland bætti skor sitt því á milli ára, en ekki jafn mikið og önnur lönd og færðist neðar í samanburðinum.

⁶ Mælikvarðinn umfang markaðsyfirráða (e. Extent of market dominance) byggir á svörum við spurningunni „In your country, how do you characterize corporate activity?“ í skýrslu Alþjóðaeftahagsráðsins, þar sem svarendur gefa svar á bilinu 1-7: [1 = dominated by a few business groups; 7 = spread among many firms]. Svörin eru síðan umreiknuð á skalann 0-100, þar sem 100 stendur fyrir aðstæður eins og best verður á kosið.



22. Af samanburðarlöndunum var Danmörk í efsta sætinu árið 2019, eða í 4. sæti, með skorið 72,7. Ísland var í neðsta sæti, með níu lönd fyrir ofan. Meðalskor samanburðarlandanna (að Íslandi meðtöldu) var 59,6, töluvert hærra en skor Íslands.

4. Samþjöppun á markaði

23. Hugtakið „samþjöppun“ eða „samþjöppunarstig“ (e. concentration) á sér uppruna í atvinnuvegahagfræði (e. theory of industrial economics) og vísar það til þess hvernig velta á tilteknum markaði deilist niður á fyrirtækin sem starfa á markaðnum, þ.e. hver markaðshlutdeild þeirra er, hvers fyrir sig. Markaðshlutdeild er almennt reiknuð út frá tekjum fyrirtækja en eðli sumra markaða er þannig að hægt er að meta hlutdeild út frá öðrum hagrænum þáttum, s.s. seldum einingum.
24. Einn af þeim mælikvörðum sem samkeppnisyfirvöld líta til þegar samþjöppun á mörkuðum er metin er hinn svokallaði Herfindahl-Hirschman Index, oftast kallaður HHI stuðull. Hann er talinn vera ein áreiðanlegasta vísbendingin um það hversu mikil samþjöppun á markaði sé og hvort eð hvenær ástæða sé til að fylgjast náið með mörkuðum. HHI stuðullinn er reiknaður með því að leggja saman ferningstölur markaðshlutdeildar (þ.e. markaðshlutdeild í öðru veldi) þeirra fyrirtækja sem eru á þeim markaði sem við á. Gildi stuðulsins liggur á milli 0 og 10.000, en því hærra sem það er þeim mun meiri er markaðssamþjöppunin. Þannig er gildið 10.000 sé aðeins eitt fyrirtæki á markaðnum, en því sem næst 0 séu öll fyrirtækin á markaðnum með örlitla markaðshlutdeild hvert fyrir sig. Í láréttum leiðbeiningum framkvæmdastjórnar ESB til að meta samkeppnisleg áhrif samruna er talið ólíklegt að samruni hafi í för með sér samkeppnishömlur þegar gildi HHI-stuðulsins eftir samruna er undir 1.000. Sama á við sé gildið á milli 1.000 og 2.000 og áhrif samrunans undir 250 stigum eða gildið yfir 2.000 og áhrif samrunans undir 150 stigum.
25. Annar mælikvarði sem gefur upplýsingar um samþjöppun á markaði er samþjöppunarhlutfall (e. concentration ratio), sem er samanlögð markaðshlutdeild stærstu fyrirtækjanna á markaðnum. Það er reiknað sem $CR_n = C_1 + C_2 + C_3 + \dots + C_n$, þar sem C_1 er markaðshlutdeild þess fyrirtækis sem er með hæsta hlutdeild á markaðnum, C_2 er markaðshlutdeild þess fyrirtækis sem hefur næsthæsta hlutdeild o.s.v.frv. Íslenskir markaðir eru oft þeirrar gerðar að tvö til þrjú stærstu fyrirtækin á viðkomandi markaði eru í áberandi sterkari stöðu en minni keppinautar. Vegna þessa er hér litið til CR_2 og CR_3 .



26. Í töflunni má sjá HHI stuðul og samþjöppunarhlutföll, C_2 og C_3 , fyrir nokkra mikilvæga neytendavörumarkaði. Gildin eru reiknuð út frá nýjustu gögnum um markaðshlutdeild sem Samkeppniseftirlitið býr yfir fyrir hvern markað.⁷ Samþjöppunarhlutföll eru birt á bilum þar sem nákvæmar hlutdeildarupplýsingar eru trúnaðarupplýsingar.

Markaður	Tímabil	HHI stuðull	Samþjöppunarhlutfall, CR_2	Samþjöppunarhlutfall, CR_3
Sala dagvöru á höfuðborgarsvæðinu ⁸	2019 (jan. – jún)	3.558	[75-80]%	[90-95]% ⁹
Sala dagvöru á Akureyri	2019 (jan. – jún)	4.682	[90-95]%	[95-100]% ¹⁰
Sala á bensíni á höfuðborgarsvæðinu	2017 (jan. – sept.)	2.228	[50-55]%	[75-80]% ¹¹
Sala á dísilolíu á höfuðborgarsvæðinu	2017 (jan. – sept.)	2.379	[55-60]%	[80-85]% ¹²
Sala á bensíni á Akureyri	2017 (jan. – sept.)	2.808	[60-65]%	[85-90]% ¹³
Sala á dísilolíu á Akureyri	2017 (jan. – sept.)	3.003	[65-70]%	[85-90]% ¹⁴
Farsímaþjónusta	2018	3.334	[70-75]%	[95-100]% ¹⁵
Internetþjónusta	2018	3.374	[80-85]%	[85-90]% ¹⁶

27. Töluverð samþjöppun er á þeim mörkuðum sem hér eru til skoðunar, á milli 2.228 og 4.682 stig m.v. HHI mælikvarðann. Það helgast einkum af því að samanlagt eru þrjú stærstu fyrirtækin á hverjum markaði yfirleitt í mjög sterkri stöðu, líkt og sjá má á CR_3 samþjöppunarhlutföllunum, en þrjú stærstu fyrirtækin á bæði dagvörumörkuðunum og fjarskiptamörkuðunum hafa um og yfir 90% markaðshlutdeild. Á eldsneytismarkaði á höfuðborgarsvæðinu eru tveir sterkir aðilar til viðbótar við sterkustu þrjá, Costco og Atlantsólía, og því er CR_3 hlutfallið á þeim nokkuð lægra.
28. Þegar CR_2 samþjöppunarhlutfallið er skoðað er áberandi að á flestum mörkuðum er töluverður munur á CR_2 og CR_3 . Undantekningarnar frá þessu eru helstar á markaði fyrir sölu dagvöru á Akureyri og internetþjónustu, þar sem tvö sterkustu fyrirtækin eru áberandi sterkari en þriðji stærsti keppinauturinn. Á öðrum mörkuðum er minni munur innbyrðis á milli þriggja sterkustu fyrirtækjanna.

5. Aðgangshindranir

29. Það fylgir því venjulega einhver kostnaður og fyrirhöfn fyrir fyrirtæki að hefja starfsemi á nýjum markaði. Ef engar aðgangshindranir eru til staðar á markaði þá er viðbúið að ný fyrirtæki komi og hefji starfsemi á honum um leið og hagnaðartækifæri gefast á honum. Þetta hefur þá afleiðingu að slíkur markaður getur verið skilvirkari en markaðir sem hafa aðgangshindranir.

⁷ Markaðshlutdeild miðast við tekjur á mörkuðum fyrir dagvöru og fjarskiptaþjónustu, en við seldu lítra á mörkuðum fyrir sölu eldsneytis.

⁸ Hér er verzlun Costco ekki talin hluti af dagvörumarkaði. Ef Costco er talið með sem hluti af dagvörumarkaði á höfuðborgarsvæðinu, er gildi HHI stuðuls 3.054, gildi CR_2 samþjöppunarhlutfalls [70-75]% og gildi CR_3 samþjöppunarhlutfalls [80-85]%

⁹ Þau þrjú fyrirtæki sem hæsta hlutdeild höfðu í sölu dagvöru á höfuðborgarsvæðinu árið 2019 eru Hagar, Festi og Samkaup

¹⁰ Þau þrjú fyrirtæki sem hæsta hlutdeild höfðu í sölu dagvöru á Akureyri árið 2019 eru Hagar, Samkaup og Baskó

¹¹ Þau þrjú fyrirtæki sem hæsta hlutdeild höfðu í sölu bensíns á höfuðborgarsvæðinu árið 2017 eru Skeljungur, N1 og Olís

¹² Þau þrjú fyrirtæki sem hæsta hlutdeild höfðu í sölu dísilolíu á höfuðborgarsvæðinu árið 2017 eru N1, Skeljungur og Olís

¹³ Þau þrjú fyrirtæki sem hæsta hlutdeild höfðu í sölu bensíns á Akureyri árið 2017 eru Skeljungur, Olís og N1

¹⁴ Þau þrjú fyrirtæki sem hæsta hlutdeild höfðu í sölu dísilolíu á Akureyri árið 2017 eru Skeljungur, N1 og Olís

¹⁵ Þau þrjú fyrirtæki sem hæsta hlutdeild höfðu í farsímaþjónustu árið 2018 eru Nova, Síminn og Vodafone

¹⁶ Þau þrjú fyrirtæki sem hæsta hlutdeild höfðu í internetþjónustu árið 2018 eru Síminn, Vodafone og Nova

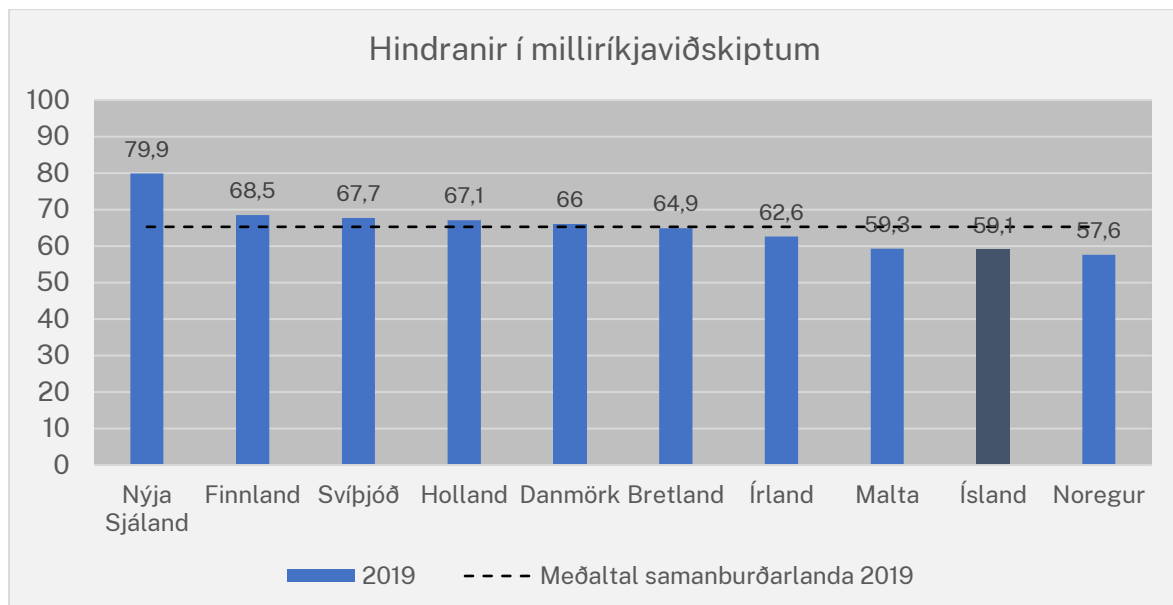


Ýmsar gerðir aðgangshindrana eru einkenni margvíslegra markaða og umtalsverður tími samkeppniefirlita víða um heim fer í að reyna að minnka, eða fjarlægja, þær aðgangshindranir sem eru til staðar til að auka skilvirkni þeirra.

30. Samkeppnisyfirlit víða um heim líta almennt á þrjár tegundir aðgangshindrana í rannsóknum sínum sem gjarna er skipt niður í eftirtalda flokka eftir eðli þeirra:
- Náttúrulegar aðgangshindranir
 - Hindranir sem stafa af lögum og reglugerðum
 - Hindranir vegna hegðunar þeirra fyrirtækja sem starfa á markaðnum
31. Í þessu umræðuskjali verður annars vegar horft til hindrana sem stafa af lögum og reglugerðum og hins vegar hindrana sem stafa vegna hegðunar þeirra fyrirtækja sem starfa á markaðnum.

5.1. Hindranir í milliríkjaviðskiptum

32. Samkvæmt [skýrslu](#) Alþjóðaefnahagsráðsins fyrir árið 2019 var gildi mælikvarðans fyrir Ísland **59,1 af 100**, sem skilaði Íslandi **66. sæti** af því 141 ríki sem skýrslan nær yfir, en mælikvarðinn hafði ekki verið birtur í fyrri skýrslum.¹⁷



33. Af samanburðarlöndunum var Nýja Sjáland í efsta sætinu árið 2019, eða í 4. sæti með skorið 79,9. Ísland var neðarlega, átta lönd ofar og einungis Noregur neðar, með skorið 57,6. Meðalskor samanburðarlandanna (að Íslandi meðtöldu) var 65,3, örlítið hærra en skor Íslands.

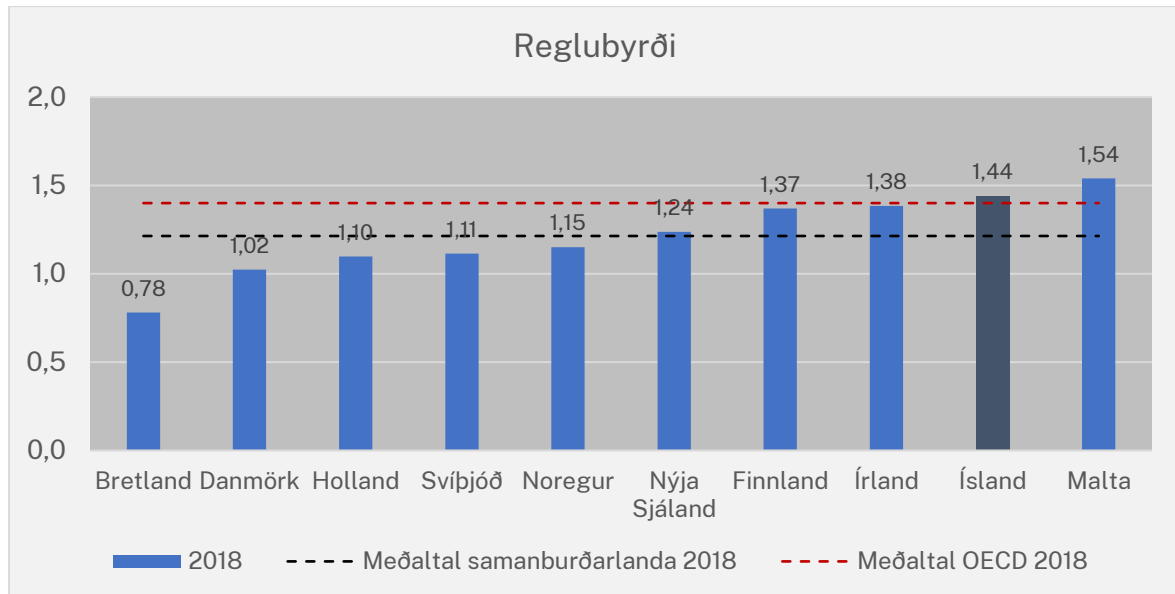
5.2. Reglubyrði

34. Í nýjustu mælingum OECD á reglubyrði sem finna má í viðkomandi hagkerfi (e. Economy Wide PMR), sem miðast við þau lög og reglugerðir sem voru í gildi 1. janúar 2018, og fær Ísland **1,44**

¹⁷ Mælikvarðinn hindranir í milliríkjaviðskiptum (e. trade openness) byggir á fjórum mælikvörðum sem snúa að umfangi tolla og annarra hindrana við milliríkjaviðskipti. Hann er á skalanum 0-100, þar sem 100 stendur fyrir aðstæður eins og best verður á kosið.



af 6 en því lægri sem stuðullinn er því minni samkeppnishamlandi áhrif hefur regluverkið og minni aðgangshindranir að mörkuðum.¹⁸



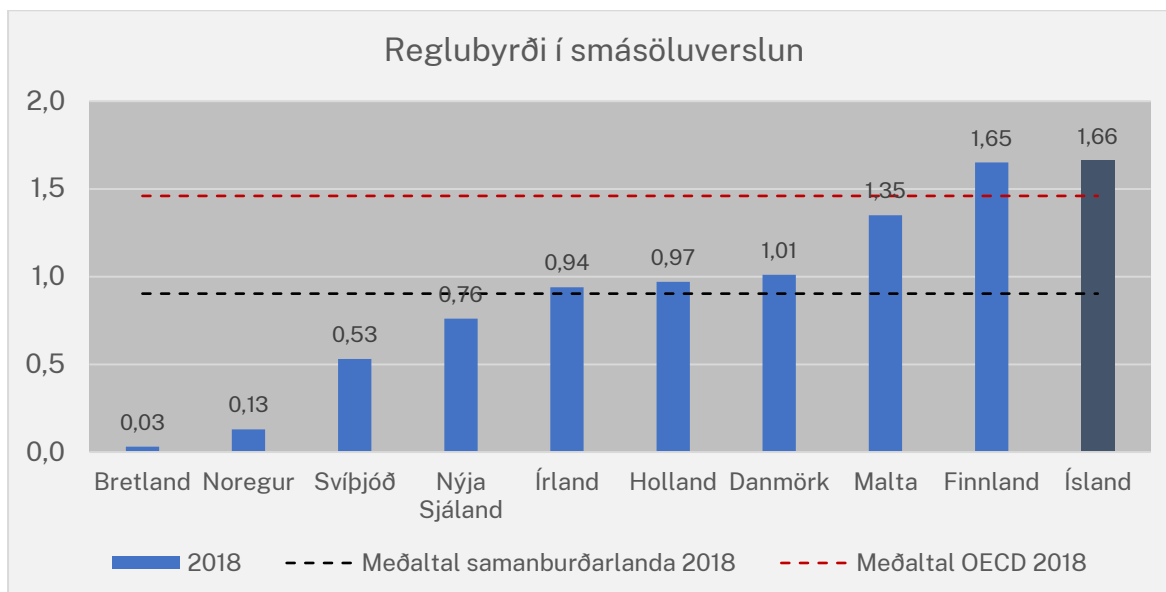
35. Af samanburðarlöndunum var Bretland með lægsta gildið, eða 0,78. Ísland var með næsthæsta stuðullinn og einungis Malta stóð sig verr, með 1,54. Meðaltal samanburðarlandanna (að Íslandi meðtöldu) var 1,2, og meðaltal allra ríkja OECD var 1,4, örlítið lægra en skor Íslands.

5.2.1. Reglubyrði í smásöluverslun

36. Í nýjustu mælingum OECD á reglubyrði (e. product market regulation) sem finna má í smásöluverslun (e. retail distribution), sem miðast við þau lög og reglugerðir sem voru í gildi 1. janúar 2018, fær Ísland **1,66** stig af 6. Því lægri sem stuðullinn er, því minni samkeppnihamlandi áhrif hefur regluverkið og minni aðgangshindranir að mörkuðum.¹⁹

¹⁸ OECD tekur saman PMR mælikvarða (Product Market Regulation) fyrir öll ríkin sem standa að stofnuninni ásamt nokkrum til viðbótar, sem ætlað er að mæla á samanburðarhæfan hátt hvernig áhrif lagasetning og reglubyrði ólíkra ríkja hefur á samkeppni á mörkuðum innan þeirra. Mælikvarðinn er bæði reiknaður fyrir hagkerfið í heild (e. Economy-wide PMR Indicator), og nokkra afmarkaða markaði (e. Sector PMR Indicator). Gildi hans liggur á bilinu 0 til 6, þar sem lægra gildi er betra. Það er, lægra gildi gefur til kynna jákvæðari áhrif laga og regluverks á samkeppni og minni aðgangshindranir að mörkuðum. Stuðullinn er reiknaður fyrir öll löndin á fimm ára fresti. Nýjasta gildið miðast við þau lög og reglugerðir sem voru í gildi 1. janúar 2018, en við þá útreikninga var aðferðarfræðinni breytt frá því sem fyrir var og því eru eldri gildi ekki samanburðarhæf.

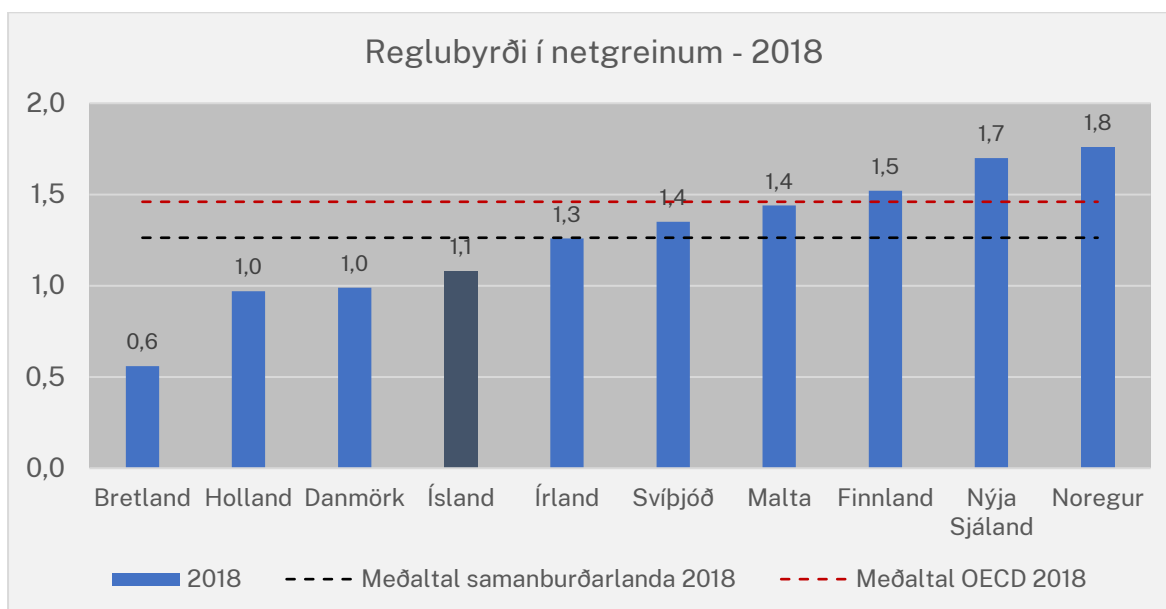
¹⁹ Sjá nmgr. 18.



37. Af samanburðarlöndunum var Bretland með lægsta gildið, 0,03. Öll samanburðarlöndin stóðu sig betur en Ísland og höfðu lægri stuðul. Meðaltal samanburðarlöndanna (að Íslandi meðtöldu) var 0,90. Meðaltal allra ríkja OECD var 1,46.

5.2.2. Reglubyrði í netgreinum

38. Í nýjustu mælingum OECD á reglubyrði (e. product market regulation) sem finna má í starfsemi svokallaðra netgreina²⁰, sem miðast við þau lög og reglugerðir sem voru í gildi 1. janúar 2018, fær Ísland **1,08** stig af 6. Því lægri sem stuðullinn er, því minni samkeppnihamlandi áhrif hefur regluverkið og minni aðgangshindranir að mörkuðum.²¹



²⁰ Markaðir fyrir orku (rafmagn og gas), samgöngur (lestar, í loft, á láði og legi), og fjarskiptakerfi (e. electricity, natural gas, rail transport, air transport, water transport, road transport, fixed e-communication and mobile e-communication).

²¹ Líkt og með almenna PMR mælikvarðann liggur gildi hans á bilinu 0 til 6, þar sem lægra gildi er betra, þ.e. gefur til kynna jákvæðari áhrif laga og regluverks á samkeppni og minni aðgangshindranir að þeim mörkuðum þar sem netáhrifa gætur. Stuðullinn er reiknaður fyrir öll löndin á fimm ára fresti. Nýjasta gildið miðast við þau lög og reglugerðir sem voru í gildi 1. janúar 2018, en við þá útreikninga var aðferðarfræðinni breytt frá því sem fyrir var og því eru eldri gildi ekki samanburðarhæf.



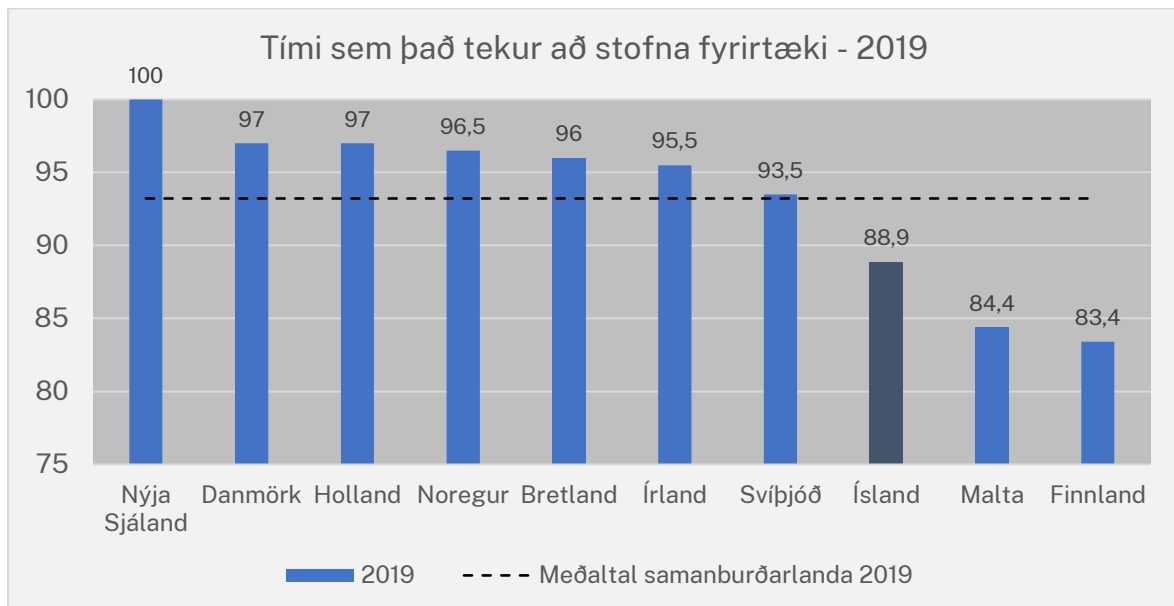
39. Af samanburðarlöndunum var Bretland með lágsta gildið, 0,6. Ísland var rétt fyrir ofan miðju, þrjú lönd ofar og sex lönd neðar. Meðalskor samanburðarlandanna (að Íslandi meðtöldu) var 1,26. Meðalskor allra ríkja OECD var 1,46, örlítið lægra en skor Íslands.

5.3. Skynjun stjórnenda fyrirtækja á misnotkun á markaðsráðandi stöðu á íslenskum mörkuðum

40. Samkeppniseftirlitið lét framkvæma könnun í lok árs 2019 á meðal stjórnenda íslenskra fyrirtækja, og gaf út niðurstöður hennar í Skýrslu 3/2020: Þekking og viðhorf stjórnenda íslenskra fyrirtækja til samkeppnismála²². Í henni kom fram að **35%** stjórnenda fyrirtækja skynja misnotkun á markaðsráðandi stöðu að nokkru, frekar miklu eða mjög miklu leyti á þeim mörkuðum sem fyrirtækið starfar.

5.4. Tími sem það tekur að stofna fyrirtæki

41. Samkvæmt [skýrslu](#) Alþjóðaefnahagsráðsins fyrir árið 2019, var gildi mælikvarðans sem mælir það hveru langan tíma það tekur að stofna fyrirtæki á Íslandi **88,9 af 100**, sem skilaði Íslandi **71. sæti** af því 141 ríki sem skýrslan nær yfir. Árið 2018 hafði Ísland verið í 73. sæti af 140, með skorið 88,8 af 100, þar sem 100 stendur fyrir aðstæður eins og best verður á kosið. Ísland stóð því nokkurn veginn í stað á þennan mælikvarða, en féll niður um tvö sæti í samanburði við önnur lönd.



42. Af samanburðarlöndunum var Nýja Sjáland í efsta sætinu af öllum 141 löndunum árið 2019, með skorið 100. Ísland lenti nokkuð neðarlega miðað við samanburðarlöndin. Sjö lönd voru með hærra skor en aðeins tvö lægra. Meðalskor samanburðarlandanna (að Íslandi meðtöldu) var 93,2, nokkuð hærra en skor Íslands.

²² Vefslóð:

<https://www.samkeppni.is/media/skyrslur/Thekking-og-vidhorf-stjornenda-islenskra-fyrirtaekja-til-samkeppnismala.pdf>



6. Heimildir

OECD. *Indicators of Product Market Regulation*.²³ Sótt af <https://www.oecd.org/economy/reform/indicators-of-product-market-regulation/>

Samkeppniseftirlitið. (2020). *Þekking og viðhorf stjórnenda íslenskra fyrirtækja til samkeppnismála*. Rit nr. 3/2020. Sótt af <https://www.samkeppni.is/media/skyrslur/Thekking-og-vidhorf-stjornenda-islenskra-fyrirtaekja-til-samkeppnismala.pdf>

Samkeppniseftirlitið. (2019). *Íslenskur almenningur meðvitaður um mikilvægi virkrar samkeppni*. Rit nr. 1/2019. Sótt af <https://www.samkeppni.is/utgafa/skyrslur-raedur-og-kynningar/nr/3532>

World Economic Forum. (2019). *The Global Competitiveness Report - 2019*.²⁴ Sótt af http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf

²³ OECD tekur saman PMR mælikvarða (Product Market Regulation) fyrir öll ríkin sem standa að stofnuninni ásamt nokkrum til viðbótar, sem ætlað er að mæla á samanburðarhæfan hátt hvernig áhrif lagasetning og reglubyrði ólíkra ríkja hefur á samkeppni á mörkuðum innan þeirra. Mælikvarðinn er bæði reiknaður fyrir hagkerfið í heild (e. Economy-wide PMR Indicator), og nokkra afmarkaða markaði (e. Sector PMR Indicator). Gildi hans liggur á bilinu 0 til 6, þar sem lægra gildi er betra. Það er, lægra gildi gefur til kynna jákvæðari áhrif laga og regluverks á samkeppni og minni aðgangshindranir að mörkuðum. Stuðullinn er reiknaður fyrir öll löndin á fimm ára fresti. Nýjasta gildið miðast við þau lög og reglugerðir sem voru í gildi 1. janúar 2018, en við þá útreikninga var aðferðarfræðinni breytt frá því sem fyrir var og því eru eldri gildi ekki samanburðarhæf.

²⁴ Skýrsla World Economic Forum, *The Global Competitiveness Report*, byggir á könnun á meðal stjórnenda fyrirtækja um allan heim, og reiknar út frá þeim ýmsa mælikvarða sem lúta að samkeppnishæfni ríkja, og raðar þeim svo upp.