



Konkurrensens positiva effekter

David Sundén på uppdrag av Konkurrensverket

Konkurrensverket, april 2021
Utredare: David Sundén
Foto: Mostphotos

Förord

I Konkurrensverkets uppdrag ingår att främja forskning på konkurrens- och upphandlingsområdet. Konkurrensverket har därför gett ek.dr. David Sundén i uppdrag att, inom ramen för Konkurrensverkets uppdragsforskning, på ett lättillgängligt och pedagogiskt sätt beskriva betydelsen av konkurrens, det vill säga hur konkurrensen gynnar samhällsutvecklingen.

Det är svårt att exakt mäta de positiva effekterna av konkurrens och tydligt visa på vilka vinster i kronor och ören som konkurrens ger upphov till. Konkurrens verkar på lång sikt och bidrar till innovation, tillväxt och välbefinnande i ett flertal steg samt på olika sätt. På en konkurrensutsatt marknad produceras varor och tjänster utan att man slösar med samhällets resurser, dvs. produktionen är kostnadseffektiv. Samtidigt används de producerade varorna och tjänsterna där de skapar som mest värde i samhället, dvs. det som produceras återspeglar på bästa sätt konsumenternas önskemål.

Den här rapporten lyfter fram relevanta teorier om konkurrens. Den beskriver även hur konkurrens förhåller sig till innovation och är en motor för ekonomisk tillväxt, stigande välbefinnande och ökad konkurrenskraft. Rapporten beskriver även situationer där konkurrens inte fungerar ändamålsenligt, så kallade marknadsmisslyckanden, då staten under vissa omständigheter med en väl utformad marknadsreglering eller med skatter och avgifter kan bidra till ett förbättrat utfall.

Till projektet har det knutits en referensgrupp bestående av Thomas Pettersson (Tillväxtanalys), Magnus Henrekson (IFN) och Lars Persson (IFN). Från Konkurrensverket har Stefan Jönsson, Nikos Tsakiridis och Joakim Wallenklint deltagit.

Författaren ansvarar själv för alla bedömningar och slutsatser i rapporten.

Stockholm april 2021

Rikard Jermsten
Generaldirektör

Innehåll

Sammanfattning	5
1 Inledning	9
1.1 Bakgrund	9
1.2 Syfte, avgränsningar och metod	9
2 Om konkurrensens positiva konsekvenser.....	11
2.1 Vad är konkurrens och vilka är dess följder?	12
2.1.1 Hur beskrivs människor som ekonomiska agenter?	12
2.1.2 Vad leder konkurrens till?.....	13
2.2 Varför är konkurrens önskvärt?	17
2.2.1 Hur leder konkurrens till ett så stort ekonomiskt överskott som möjligt?.....	18
2.2.2 Hur leder konkurrens till en så hög välfärd som möjligt?	20
2.3 Sammanfattande iakttagelser om konkurrensens fördelar	24
3 Om konkurrensens ekonomiska bidrag	25
3.1 Innovation, produktivitetstillväxt och konkurrenskraft	25
3.1.1 Konkurrens och innovation	26
3.1.2 Konkurrens och tillväxt	30
3.1.3 Konkurrens och välfärd.....	33
3.1.4 Konkurrens, konkurrenskraft och handel	35
3.2 Konkurrens och regleringar	38
3.2.1 Konsekvenserna av marknadsregleringar	39
3.2.2 Exempel på omregleringar i Sverige	42
3.3 Sammanfattande iakttagelser om konkurrensens ekonomiska bidrag	47
4 När konkurrensen behöver hjälp på vägen	48
4.1 Marknadsmisslyckanden och statlig intervention	49
4.1.1 Externa effekter.....	49
4.1.2 Kollektiva varor	50
4.1.3 Transaktionskostnader	52
4.1.4 Begränsad rationalitet och information.....	53
4.2 Konkurrens, strukturiomvandling och konkurrenskraft	56
4.2.1 Konkurrens och strukturiomvandling	57
4.2.2 Konkurrenskraft på konkurrensens bekostnad	59
4.3 Sammanfattande iakttagelser.....	62
5 Referenser	63

Sammanfattning

Det är svårt att exakt mäta de positiva effekterna av konkurrens och tydligt visa på vilka vinster i kronor och ören som konkurrens ger upphov till för människor och samhället i stort. Konkurrens verkar på lång sikt och bidrar till tillväxt och välbefinnande i ett flertal steg och på olika sätt.

Den ekonomiska forskningen visar att konkurrens är en väg till en så hög välbefinnande och ett så högt ekonomiskt välbefinnande som möjligt. Konkurrens säkrar dessutom att välbefinnandet tillfaller konsumenterna genom lägre priser, högre kvalitet och större utbud. Detta genom att marknaderna blir effektiva. På en effektiv marknad produceras varor och tjänster utan att man slösar med samhällets resurser, dvs. produktionen är kostnadseffektiv. Samtidigt används de producerade varorna och tjänsterna där de skapar som mest värde i samhället, dvs. det som produceras återspeglar på bästa sätt konsumenternas önskemål.

I tillägg skapar konkurrens drivkrafter för företagen att bli mer innovativa och bättre på att anpassa sig till förändringar i konsumenternas önskemål. Genom innovationer och anpassningar kan företag skapa sig konkurrensfördelar gentemot andra företag och göra högre vinster. Med tiden konkurreras fördelarna bort när andra företag kommer i kapp. De ekonomiska bidragen av innovationerna och anpassningarna tillfaller då till fullo konsumenterna. Genom mer produktiva och bättre metoder, produkter och tjänster frigörs resurser till att användas i annan verksamhet. Företagens innovationer och anpassningar bidrar på detta sätt till tillväxt och högre välbefinnande över tid.

Länder som uppmuntrar till innovation har en större andel innovativa företag och uppvisar även högre produktivitet och tillväxt. Dessa länder har ett större fokus på innovationsfrämjande åtgärder som forskning, utveckling och utbildning.

Samtidigt visar forskning att åtgärder och regelverk som skapar onödiga kostnader, som försvårar verksamheter eller förhindrar handel leder till lägre tillväxt och lägre välbefinnande. En viktig del i att skapa en väl fungerande konkurrens är därför väl fungerande och väl utformade institutionella förutsättningar. Icke-ändamålsenliga marknadsregleringar försämrar för konsumenterna genom högre priser, lägre kvalitet och sämre utbud.

Mot denna bakgrund har västvärlden sedan 1970-talet genomgått en omfattande våg av marknadsomregleringar som även inkluderat förenklingar och minskade kostnader av att starta och driva företag. Syftet kan beskrivas som att förbättra tillväxten och välbefinnandet genom bättre fungerande marknader. Utvärderingar visar i stort sett entydigt att omregleringarna har lett till de förväntade förbättringarna på marknaderna med starkare konkurrens, mer innovation och högre produktivitet.

Länder som är öppna för internationell handel upplever en högre internationell konkurrens. Samtidigt bidrar utländsk konkurrens positivt till produktiviteten och

länder med mer internationell handel även har högre tillväxt. Förklaringen är att länder som handlar med varandra kan dra nytta av sina komparativa fördelar. Komparativa fördelar innebär att länder kan specialisera sig och tillgodose både inhemsk och utländsk efterfrågan till lägre kostnader. Denna specialisering gynnar alla parter på en internationell marknad.

Vissa regelverk som är avsedda att skydda marknaden kan vara direkt skadliga eftersom företagen på sikt riskerar att bli mindre produktiva med högre priser och sämre utbud som följd. Ett exempel är åtgärder som avser att förbättra konkurrenskraften för inhemska företag genom att begränsa den internationella konkurrensen genom inhemska stöd eller tullavgifter. Sådana åtgärder missar att alla länder har komparativa fördelar i förhållande till alla andra länder. Regelverk avsedda att stärka konkurrenskraften för de inhemska företagen gör att delar av värdet från de komparativa fördelarna förloras. Till detta ska läggas kostnaderna till följd av motåtgärder från andra länder.

Konkurrens omvandlar marknader över tid och på kort sikt kan detta innebära kostnader när ineffektiva företag slås ut och individer förlorar sina arbeten. Statliga åtgärder som i sådana fall försöker stödja företag, branscher eller marknader genom att begränsa konkurrensen riskerar leda till betydande negativa konsekvenser. Åtgärderna bör istället fokusera på att underlätta för kapital och arbetskraft att flytta till mer produktiva områden i ekonomin.

Marknader kan dessutom under vissa förutsättningar vara ineffektiva och drabbas av så kallade marknadsmisslyckanden. Staten kan då under vissa omständigheter med en väl utformad marknadsreglering bidra till ett förbättrat utfall på marknaden. Väl avvägda skatter, avgifter, subventioner eller information kan få marknaden att fungera mer effektivt och bidra till ett högre välbefinnande. Statliga åtgärder kommer dock med transaktionskostnader. I vissa fall kan dessa vara så pass höga att de överstiger värdet av att försöka reglera marknaden.

Summary

It is difficult to accurately measure the positive effects of competition and clearly show the gains of competition for individuals and the society. Competition has a long-term effect and contributes to growth and prosperity in several stages and in different ways.

Economic science shows that competition is one way to reach as high welfare and as high economic prosperity as possible. Competition ensures that the benefits of competition are passed on to consumers through lower prices, higher quality, and increased supply. This by making the markets efficient. In an efficient market, goods and services are produced without waste, i.e. production is cost effective. At the same time, the produced goods and services are allocated to where they create the most value, i.e. what is produced is the best possible reflection of consumer demand.

In addition, competition creates incentives for companies to become more innovative and more adaptive to changes in consumer demand. Through innovations and adaptations, companies can create a competitive advantage and make higher profits. Over time, competition ensures the competitive advantage is competed away when other companies catch up. The benefits of the innovations and adaptations are then entirely passed on to the consumers. Through more productive and better methods, products and services, resources are freed up for use in other activities. The companies' innovations and adaptations thus contribute to growth and higher welfare over time.

Countries that encourage innovation have a larger share of innovative companies and show higher productivity and growth. These countries focus on innovation-promoting measures such as research, development, and education.

In general research shows that measures and regulations that create unnecessary costs, complicate operations, or prevent trade reduces growth and prosperity. Well-functioning and well-designed institutional conditions are therefore important to create well-functioning competition. Ineffective market regulations will hit consumers through higher prices, lower quality, and lack of supply.

Against this background, the Western world markets has undergone an extensive wave of market re-regulations since the 1970s, which also included simplifications and reduced costs of starting and running companies. The purpose can be described as improving growth and prosperity through better functioning markets. Evaluations show unequivocally that re-regulation has led to the expected improvements, with stronger competition, more innovation and higher productivity.

Countries open to international trade also experience higher international competition. Foreign competition contributes positively to productivity and

countries with more international trade also have higher growth. The explanation is that countries that trade with each other can benefit from their comparative advantages. With comparative advantages countries can specialize and meet both domestic and foreign demand at lower costs. This specialization benefits all parties in an international market.

Government measures intended to protect the markets can be harmful because firms risk becoming less productive with higher prices and reduced supply as a result. One example is measures aimed at improving the competitiveness of domestic companies by restricting competition, e.g. through domestic aid or customs duties. This ignores the fact that all countries have comparative advantages in relation to all other countries. By strengthening the competitiveness of domestic companies, part of the benefits from comparative advantages are lost. To this should be added the costs of countermeasures from other countries.

Competition transforms markets over time, and in the short term, this can create significant costs when inefficient companies are shut down and individuals lose their jobs. In such cases, government measures seeking to support companies, industries, or markets by restricting competition may risk significant negative consequences. Measures should instead focus on facilitating capital and labour moving to more productive areas of the economy.

Under certain conditions, markets can become inefficient and suffer from so-called market failures. The state can, under certain circumstances, with a well-designed market regulation contribute to improved market outcomes. Well-balanced taxes, fees, subsidies, or information can make the market work more efficiently and contribute to higher prosperity. However, government measures come with transaction costs. In some cases, these can be so high that they exceed the value of trying to regulate the market.

1 Inledning

1.1 Bakgrund

Tanken att konkurrens leder till välstånd har sitt ursprung i Adam Smiths bok *Nationernas välstånd en undersökning av dess natur och orsaker* från 1776. Sedan dess har idén vidareutvecklats och formaliserats. Dagens ekonomiska teorier visar på under vilka omständigheter konkurrens bidrar till en så hög välfärd och tillväxt som möjligt och under vilka förutsättningar konkurrensen behöver hjälp på vägen genom statliga ingripanden på marknaderna.

Hur de positiva effekterna av konkurrens kommer medborgarna till del är inte alltid uppenbart. Vissa positiva effekter kan endast härledas genom relativt komplexa ekonomiska modeller. I många delar uppkommer även de positiva effekterna endast på sikt. Det kan därför vara svårt att mäta och direkt visa på hur konkurrens bidrar positivt för den enskilde individen här och nu i kronor och ören.

Omvänt kan de negativa effekterna vara mycket konkreta och omedelbara för människor. Konkurrens leder obevekligen till att företag med otillräcklig produktivitet och lönsamhet slås ut och går under. Följderna kan vara arbetslöshet, kapitalförstöring eller att små samhällen förlorar en viktig försörjningsbas. Rena marknadskrafter tar dessutom inte hänsyn till hur ett högre välstånd till följd av konkurrens fördelas. Detta inte bara mellan företag och konsumenter, utan även hur det högre välståndet fördelas mellan alla medborgare.

Det finns således en obalans mellan konkurrensens mer abstrakta och långsiktiga positiva effekter och dess mer konkreta och ofta kortsiktiga negativa effekter. Ur denna obalans kan det uppkomma krav på åtgärder avsedda att skydda företag, branscher eller länder från konkurrens. Alternativt att konkurrensstimulerande åtgärder motverkas om de leder till en fördelning av välståndet som inte ses som acceptabel.

1.2 Syfte, avgränsningar och metod

Problematiken illustrerar behovet av att visa på vilka effekter som konkurrens leder till. Syftet med denna rapport är därför att för det första beskriva det vetenskapliga stödet för konkurrensens betydelse för välfärden och hur den kommer samhället och medborgarna till del. För det andra att visa på vilka värden som står på spel genom att inte konkurrensutsätta marknader. Samt för det tredje visa på hur staten kan hjälpa till när egenskaper hos marknaderna gör att enbart konkurrens är otillräckligt för att uppnå ett önskvärt resultat och i vilka situationer det kan vara nödvändigt för staten att reglera marknader.

Konkurrens har omfattande effekter på samhället och det är därför nödvändigt att avgränsa diskussionen. Denna rapport fokuserar översiktligt på de positiva effekterna av konkurrens. Konkurrens på en marknad är däremot inte alltid tillräckligt för att nå ett samhällsekonomiskt ekonomiskt önskvärt utfall. Det finns en omfattande litteratur som visar på när konkurrens behöver hjälp på vägen i form av specifika marknadsregleringar för att på bästa sätt leverera så högt välbefinnande som möjligt. Detta diskuteras endast mycket kort och överlåter för den intresserade att studera dessa frågor separat. Utöver detta är fördelningen av de positiva effekterna en mycket viktig samhällsfråga. Rapporten tar endast upp detta i förbigående då fokus är på konkurrensens effekter och inte på hur samhället hanterar det överskott som konkurrensen genererar. Diskussionen utgår dessutom helt och hållet från ett nationalekonomiskt perspektiv.

Rapporten innehåller ingen egen analys och utgår från nationalekonomisk teori och empiri som kan betraktas som väletablerade uppfattningar inom det nationalekonomiska vetenskapsområdet.

2 Om konkurrensens positiva konsekvenser

Konkurrens framställs ofta som önskvärt eftersom det leder till ett större ekonomiskt överskott, högre välfärd eller större välstånd än alternativa sätt att reglera marknader. Ursprunget till påståendet går att finna i Adam Smiths argument att ekonomin styrs av en 'osynlig hand'.¹ En tolkning av Smith är: om den enskilde själviskt tillåts sträva efter sitt eget bästa uppnår man, som styrd av en osynlig hand, det bästa för alla.²

Smiths tankar formaliserades och vidareutvecklades stegvis av ekonomer som Leon Walras, Francis Edgeworth och Vilfredo Pareto, vilka alla bidragit till att på olika sätt visa att konkurrensutsatta marknader leder till att det ekonomiska överskottet eller välfärden i samhället blir så hög som möjligt.

Hur välfärden fördelas via konkurrens är beroende av hur de initiala ekonomiska resurserna är fördelade. Detta betyder att även om själviskt egenintresse och konkurrens bidrar till en så hög välfärd som möjligt följer inte nödvändigtvis att fördelningen av välfärden är önskvärd. Att konkurrens kan leda till fördelningar av välfärden som kan upplevas som orättvisa betyder inte att konkurrens bör undvikas. Detta eftersom det är möjligt att omfördela tillgångarna i ekonomin och ändå skörda de värden konkurrensen bidrar med.

I detta avsnitt beskrivs dessa tankar och idéer närmare med syfte att förklara hur konkurrens fungerar och varför konkurrensutsatta marknader är något önskvärt.

Det finns ett stort antal exempel där konkurrensutsatta marknader inte leder till det bästa utfallet för samhället; så kallade marknadsmisslyckanden. I dessa fall kan utfallet under vissa förutsättningar förbättras genom att staten ingriper och reglerar marknaden. Mer nutida uttolkare av Smiths argument, t.ex. Joseph E. Stiglitz, menar dessutom att alla marknader är mer eller mindre misslyckade.³ Alla konkurrensutsatta marknader behöver därför i någon grad statlig reglering för att säkra att de bidrar till största möjliga välfärd. Framställningen i detta kapitel är avgränsat till en mer grundläggande beskrivning av hur konkurrens fungerar. Hur marknadsmisslyckanden påverkar marknader och hur detta kan hanteras diskuteras i avsnitt 0.

¹ (Smith, 1776)

² (Samuelson, Economics, 1997)

³ (Greenwald & Stiglitz, 1986)

2.1 Vad är konkurrens och vilka är dess följder?

Det Adam Smith beskriver som 'att själviskt sträva efter sitt eget bästa' har av senare ekonomer formaliserats och beskrivits i termer av rationella agenter som maximerar sitt egenintresse. Dessa agenter möts på marknader där de genomför sina ekonomiska transaktioner. Det finns olika typer marknader och de skiljer sig åt beroende på vad som köps och säljs. Det kan t.ex. vara produkter, tjänster eller arbetskraft. Tankarna bakom vad som karaktäriserar en konkurrensutsatt marknad är i sina grunddrag desamma.

I detta avsnitt begränsas beskrivningen till de mer grundläggande begreppen om vad som antas karaktärisera människor som ekonomiska agenter och vad som följer av om man tillåter dessa agenter att konkurrera om samhällets begränsade resurser.

2.1.1 Hur beskrivs människor som ekonomiska agenter?

Tanken bakom hur människor agerar som ekonomiska agenter är att de fattar rationella beslut utifrån vad som är bäst för dem själva.

Begreppet rationell inom ekonomi skiljer sig från hur det används i vardagen. Rationell grundar sig i tre relativt svaga antaganden om hur människor fungerar. Antagandena är 1) människor tycker att mer är bättre, 2) människor har fullständiga preferenser, dvs. kan rangordna alla olika konsumtionsalternativ efter om de är bättre, sämre eller lika bra samt 3) människor har transitiva preferenser, dvs. om A är bättre än B och B är bättre än C måste A vara bättre än C.

I tillägg till detta antas även i de flesta fall att individen kan värdera osäkerhet och förstår hur olika val påverkar framtiden. Dessutom antas människor ha tillgång till all relevant information och korrekt ta till sig och förstå informationen, t.ex. vad olika produkter och tjänster kostar.

Vad som är bäst för dem själva värderas olika beroende på om individen antas agera som konsument (köpare) eller som producent (säljare). För konsumenter värderas vad som är bäst för dem själva i form av den nytta de får ut av varan eller tjänsten de köper. För producenter värderas vad som är bäst för dem själva i form av den vinst de kan göra över tid.

Denna beskrivning av den alltid rationelle, själviske och maximerande människan har benämnts *Homo Economicus*.

Fördelarna med att beskriva människor och deras agerande i termer av Homo Economicus är att detta låter sig göras relativt enkelt matematiskt. Baserat på detta går det att formulera precisa förutsägelser om hur människor kommer agera i olika ekonomiska valsituationer. Dessa förutsägelser går därefter att testa empiriskt. Dessutom är tillämpningsområdet inte begränsat till ekonomi. Grundtankarna går även att tillämpa inom andra områden exempelvis val av utbildning, brott eller andra livsval.

Antagandena bakom håller inte alltid

Sättet att beskriva hur människor agerar ekonomiskt har kritiserats bland annat för att det inte överensstämmer med verkligheten. Det är t.ex. belagt att individer ibland fattar beslut baserat på jämförelser med andra individer⁴ eller att individer fattar beslut som karakteriseras av omtanke om andra individer eller altruism. Forskning i gränslandet mellan psykologi och ekonomi har dessutom visat att individer ofta uppvisar beteenden som istället styrs av så kallad begränsad rationalitet⁵ eller avsaknad av information. Följden är att människor många gånger systematiskt agerar på ett annat sätt än vad som förutsägs.

Att antagandena bakom Homo Economicus i vissa fall har visats var ohållbara i verkligheten betyder inte att de slutsatser som följer är oanvändbara. Att människor agerar rationellt kan sägas ligga tillräckligt nära hur människor agerar. I synnerhet när stora värden står på spel. Det är dessutom inte alltid nödvändigt att alla människor som agerar på en marknad agerar fullt ut rationellt. Det räcker ofta med att ett fåtal agerar rationellt och utnyttjar de andras mer icke-rationella beteende, för att göra egna vinster, för att utfallet på en marknad ska bli som förutsett. I tillägg till detta har slutsatserna i stora drag kunnat visas gälla även om en del av antagandena slopats eller betraktas som approximationer.⁶ I flera fall har kritiken till och med inkluderats som viktiga specialfall inom huvudfåran av den ekonomiska vetenskapen.

2.1.2 Vad leder konkurrens till?

En avgörande utgångspunkt för konkurrens är att samhällets resurser är begränsade i förhållande till alla människors önskemål och behov. Konsekvensen är att de ekonomiska agenterna måste konkurrera om resurserna för både produktion och konsumtion.

⁴ Se t.ex. (Garcia, Tor, & Schiff, 2013)

⁵ Idén om begränsad rationalitet innebär att människors beslutfattande är begränsat av yttre restriktioner. Detta kan handla om människans är begränsad kognitivt att 'lösa' beslutsproblemet eller helt enkelt begränsningar i tillgång till tid. Människor kan då ses som att istället försöka hitta lösningar på problem som är tillräckligt bra och inte optimala. Exempel är tidsinkonsistens, över- eller underoptimism eller flockbeteenden.

⁶ Se t.ex. (Anand, 1993)

Vad karaktäriserar en konkurrensutsatt marknad?

Det finns olika typer av marknader, olika karaktäriseringar av vad som är en konkurrensutsatt marknad och hur konkurrensen på marknaden går till. Några exempel är Cournot- eller Bertrandkonkurrens eller monopolistisk konkurrens.⁷ I denna rapport är utgångspunkten marknader med så kallad *full konkurrens*, vilket är tillräckligt för att beskriva förutsättningarna för konkurrens och varför konkurrens är önskvärt.

Full konkurrens beskriver ett idealt tillstånd på en marknad som karaktäriseras av en stor mängd antaganden. Exempelvis:

- ett stort antal konsumenter och producenter
- alla har full information om marknaden, t.ex. vet vilka priser som gäller
- varan eller tjänsten är homogen, dvs. alla säljer exakt samma vara
- inga transaktionskostnader, exempelvis att avtal kan slutas utan kostnad
- inträde till och utträde från en marknad är kostnadsfritt
- producenterna är pristagare

Antagandena för full konkurrens är naturligtvis förenklingar av verkligheten. Men de leder till flera mycket användbara slutsatser. En viktig slutsats är att när människor beskrivna som Homo Economicus konkurrerar om de begränsade resurserna kommer samhällets begränsade resurser användas effektivt. Med effektivt avses här att både produktionen och allokeringen blir effektiv.

Hur leder konkurrens till en effektiv produktion?

En ekonomi som uppnår effektivitet i produktionen definieras rent tekniskt av att det inte går att producera mer av en vara eller tjänst utan att uppoffra produktionen av andra varor och tjänster. Detta betyder att produktionen sker utan att ekonomin slösar med sina begränsade resurser, att tillgängliga resurser används till fullo och att produktionen är kostnadseffektiv.

⁷ Cournot- och Bertrand- och monopolistisk konkurrens beskriver tre olika sätt som företagen kan tänkas konkurrera på marknaden. Cournotkonkurrens beskriver vad som händer om företagen konkurrerar via mängden varor de producerar. Bertrandkonkurrens beskriver vad som händer om företagen istället konkurrerar via de priser de sätter. Monopolistisk konkurrens en marknad där varorna som säljs är differentierade, dvs. skiljer sig med avseende på någon egenskap.

Tanken att konkurrens leder till effektiv produktion utgår från att företag maximerar sin vinst, kan träda in på och ut från marknader utan kostnader samt har full information om priserna på alla marknader. Förenklat kan tanken förklaras som: företag som ser att priserna på en marknad visar på att marknaden slösar med resurser kan gå in på den marknaden och med säkerhet göra en vinst. En ineffektiv marknad ses således som en affärsmöjlighet av vinstmaximerande företag. Ineffektiva marknader kommer därför, via prissignalerna på marknaderna, attrahera företag som tar vara på de outnyttjade resurserna tills det inte går att göra mer vinst och resursslöseriet upphört.

Det nationalekonomiska begreppet vinst skiljer sig från hur det används i vardagen eller inom företagsekonomi. Ekonomisk vinst definieras som överskottet efter att alla kostnader är betalda; inklusive ersättningar till kapitalinvesteringar och riskpremier. Vinst i denna bemärkelse är det som är kvar efter att alla aktörer har blivit ersatta för sina alternativkostnader.

På lång sikt kan företag som agerar på en marknad med full konkurrens inte göra någon vinst. Om det vore möjligt att göra en vinst attraherar detta företag till marknaden som ser att intäkterna på marknaden överstiger alternativkostnaderna. Detta innebär att konkurrens säkrar att produktionen sker till en så låg kostnad som möjligt.

Hur leder konkurrens till en effektiv allokering?

Rent tekniskt innebär effektiv allokering att produktionsmixen i ekonomin inte kan ändras utan att någon konsument får det sämre. I en ekonomi som uppnår en effektiv allokering återspeglar således de producerade varorna och tjänsterna på bästa sätt konsumenternas önskemål och behov.

Tanken att konkurrens leder till effektiv allokering utgår från att konsumenterna har full information om priserna på alla marknader och även indirekt kan visa sin betalningsvilja för producenterna via priserna. Förenklat kan tanken förklaras som att: vinstmaximerande företag som uppfattar att konsumenternas betalningsvilja på en marknad överstiger alternativkostnaden kommer att träda in på marknaden och göra vinst. Vinstintresset kommer således attrahera andra företag från andra mindre lönsamma marknader tills möjligheten till vinster är uttömda. Företagen kommer därför att anpassa sin produktion till konsumenternas betalningsvilja för alla produkter och tjänster, och detta tills det inte längre finns några vinster att göra på någon marknad.

Konkurrens leder således till att allokeringen blir effektiv och ingen konsument kan få det bättre genom att ändra produktionen. Vi återkommer till effektiv allokering och utvecklar resonemanget i avsnitt 2.2.1.

Konkurrens skapar dynamiska drivkrafter till förnyelse

Utöver att konkurrens leder till att de begränsade resurserna används effektivt följer även en inneboende kraft hos konkurrensutsatta marknader till förnyelse. Detta har sin utgångspunkt i att företag på en konkurrensutsatt marknad inte kan göra vinst på lång sikt.

På kort sikt kan företagen däremot nå en vinst eller avkastning som överstiger konkurrenternas. För att lyckas med detta behöver företaget utmärka sig jämfört med andra på ett eller annat sätt. Genom att skapa sig en konkurrensfördel kan företaget sägas temporärt sätta konkurrensen ur spel och under en begränsad period generera en vinst. Företag kan försöka skapa konkurrensfördelar på många olika sätt. Två huvudkategorier är kostnadssänkande och differentierande strategier.⁸

1. Kostnadssänkande strategier har som mål att erbjuda konsumenterna produkten eller tjänsten till ett lägre pris än konkurrenterna genom att företaget sänker sina tillverkningskostnader. Ett lägre pris (vilket ger fler kunder) och lägre kostnader innebär att företaget kan göra en ekonomisk vinst.
2. Differentierande strategier har som mål att försöka särskilja företagets produkter eller tjänster från konkurrenternas. Detta kan handla om att erbjuda produkter eller tjänster som skiljer sig i t.ex. kvalitet, funktion eller design. Genom att skapa en variation i dessa dimensioner, eller helt nya produkter, kan ett företag locka till sig kunder som värderar just dessa avvikelser.

När företag lyckas skapa konkurrensfördelar och generera en vinst attraherar detta nya företag att träda in på marknaden och redan existerande att anpassa sin produktion. Enligt diskussionen ovan följer att konkurrensen leder till att marknaden att på sikt återgår till att vara effektiv i produktionen. Över tid innebär detta att förnyelseprocessen leder till lägre priser, högre kvalitet och ett större utbud.

Konkurrens skapar dynamiska drivkrafter till anpassning

Med tiden förändras människors behov och önskemål. Enligt liknande resonemang som ovan skapar sådana förändringar ekonomiska drivkrafter för företagen att ställa om sin produktion så att den anpassas till konsumenternas nya önskemål. Förändrade preferenser hos konsumenterna leder till att företag på kort sikt kan göra en vinst om de snabbt anpassar sig till en förändrad efterfråga på en viss vara. Omvänt riskerar företag som inte anpassar sig att gå med förlust.

Detta innebär att det finns en inneboende kraft hos konkurrensutsatta marknader att anpassa sig till förändringar hos konsumenter och förändringar i samhället.

⁸ En av de mer välkända beskrivningarna av hur företag försöker skapa sig konkurrensfördelar har gjorts av Michael Porter (Porter, 1985).

Är antaganden om full konkurrens realistiskt?

Det finns troligen inte några marknader som till fullo uppfyller kriterierna för full konkurrens. Exempel på marknader som ligger nära är t.ex. jordbruksprodukter där varorna i stor utsträckning är homogena (socker, vete, salt) och där inträdeskostnaderna till marknaden är relativt låga.

Det finns olika skäl till att marknader i praktiken inte uppnår kriterierna för full konkurrens. Vissa marknader karaktäriseras av stora möjligheter till differentiering vad gäller kvalitet, varumärken eller funktion eftersom konsumenterna efterfrågar detta. Här kan företagen många gånger göra ekonomisk vinst, men samtidigt kommer differentieringen konsumenterna till nytta då de får ett större utbud av varor att välja från. Sådana marknader sägs fungera som monopolistisk konkurrens. Exempel på marknader är hygienartiklar, kläder och vissa typer av livsmedel. Marknader med höga inträdeskostnader i form av kapitalinvesteringar eller kunskap kan resultera i oligopol, dvs. marknader med enbart ett fåtal producenter. Exempel är flyg-, vapen- eller byggindustri. I vissa fall kan inträdeskostnaderna vara extremt höga i förhållande till marknadens storlek. Detta leder till naturliga monopol där det inte finns något ekonomiskt utrymme för fler företag än ett att tillhandahålla en vara eller tjänst. Detta gäller t.ex. varor och tjänster som kräver stora nätverk som vatten-, el- eller värmedistribution.

2.2 Varför är konkurrens önskvärt?

Föregående avsnitt visade att konkurrens leder till effektiva marknader och har inneboende drivkrafter till förnyelse och anpassning. Även om detta kan ses som positiva egenskaper i sig följer inte nödvändigtvis att konkurrens leder till ett samhällsekonomiskt önskvärt utfall.

Välfärdsekonomi är en del av nationalekonomin som försöker utvärdera ekonomiska åtgärder och regleringar utifrån hur de påverkar samhällets totala välfärd. Välfärden kan värderas på olika sätt. Här diskuteras två ansatser: ekonomiskt överskott samt välfärd värderad som den nytta konsumtionen medför för individerna i samhället.

Ekonomiskt överskott och välfärd är olika begrepp, men kan under vissa antaganden användas utbytbart för att visa att konkurrens har positiva effekter för samhället. De skiljer sig dock åt i beskrivningen av hur nyttan av konkurrens kommer samhället till del. Samtidigt behöver ett högre ekonomiskt överskott inte nödvändigtvis leda till högre välfärd, eller omvänt.

Välfärd i nationalekonomisk mening skiljer sig från det mer vardagliga begreppet välfärd som syftar på offentliga tjänster som skola, vår och omsorg.

2.2.1 Hur leder konkurrens till ett så stort ekonomiskt överskott som möjligt?

Den ursprungliga idén om ekonomiskt överskott, eller ekonomisk välfärd, togs fram av den brittiske ekonomen Alfred Marshall under 1800-talet och benämns även Marshall-överskott.

Överskott är det monetära värde varan eller tjänsten bidrar till konsumenterna efter avdrag för kostnaden att producera varorna eller tjänsterna. Detta värde delas normalt mellan konsumenter och producenter, och fördelningen bestäms bland annat av priset konsumenterna betalar producenterna för varan. Överskottet som tillfaller konsumenterna kallas konsumentöverskott och överskottet som tillfaller producenterna kallas producentöverskott.

Vad är konsumentöverskott?

Konsumentöverskott är ett mått på konsumenternas ekonomiska värde av att köpa en vara eller tjänst. Överskottet uppkommer när konsumenter betalar mindre för en vara än vad de egentligen är villiga att betala. Normalt minskar konsumenters betalningsvilja av att köpa ytterligare en enhet av en vara. Detta i takt med att nyttan av att köpa en extra enhet minskar. Följaktligen kan den första enheten förväntas ge ett större konsumentöverskott än den andra enheten av en vara. Och efterföljande enheter kan förväntas ge upphov till än lägre överskott.

Grundtanken kan enklast förstås genom att exemplifiera med vatten. De flesta personer har en mycket hög betalningsvilja för de första literna vatten som behövs för att kunna överleva. Skillnaden mellan vad en person skulle betala för dessa första liter, om de måste, och vad vattnet kostar är det konsumentöverskott personen får ut av dessa första liter vatten. I takt med att behovet av vatten tillfredsställs faller även betalningsviljan för ytterligare en liter vatten och därmed även det extra värde personen erhåller av att köpa än mer vatten.

Vad är producentöverskott?

Producentöverskott är ett mått på producenternas ekonomiska värde av att producera och sälja en vara eller tjänst. Överskottet uppkommer när producenter säljer en vara till ett högre pris än vad de egentligen är villiga att sälja varan för.

Normalt stiger det pris som en producent är villig att sälja en vara för i takt med att hen säljer fler enheter. Den första enheten som säljs kan följaktligen förväntas ge upphov till ett större producentöverskott än den andra. Och efterföljande enheter kan förväntas ge upphov till än lägre överskott för producenten.

Att en producent vill ha ett högre pris för ökat antal producerade enheter kan förklaras av att det alltid finns alternativa produktionsmöjligheter som kan vara minst lika lönsamma. I takt med att fler enheter produceras stiger produktionskostnaden per enhet eftersom produktionen kräver mer resurser från alternativa och mer lönsamma användningsområden på andra marknader. Följden är att kostnaden att producera ytterligare en enhet, marginalkostnaden, normalt stiger med stigande produktion.

Varför blir överskottet som störst när marknaden är allokativt effektiv?

Så länge konsumenter finner ett större värde av att köpa en extra enhet än vad det kostar att producera denna enhet finns det värden att hämta genom att utöka marknadens omfattning och tillverka fler enheter. Först när värdet för konsumenterna av en extra enhet är lika stort som kostnaden att tillverka enheten kan marknaden sägas ha hittat vad som kallas en jämvikt.

Denna situation karaktäriseras av att marknaden nått en produktionsvolym där varken konsumenter eller producenter kan tjäna på att fler, eller färre, enheter produceras. Produktion som går utöver denna volym skapar negativt värde eftersom kostnaden att tillverka dessa enheter är större än det värde de tillför konsumenterna. En produktion som är lägre än denna volym missar att hämta hem det potentiella värde som utgörs av att konsumenterna värderar extra enheter mer än vad det kostar att tillverka dessa enheter.

I jämvikt är marknaden därför allokativt effektiv i termer av att produktionen kan sägas representera konsumenternas önskemål. Och när en marknad är allokativt effektiv är den uttömd på alla möjligheter att bidra till ett högre ekonomiskt överskott. Det totala ekonomiska överskottet som en marknad kan bidra med är således som högst när marknaden är allokativt effektiv.

Hur kommer konkurrens konsumenterna till del?

I tidigare avsnitt var ett viktigt resultat att konkurrens leder till att företag inte kan göra någon vinst på en marknad på lång sikt. Detta är ett annat sätt att säga att producentöverskottet på lång sikt är lika med noll. Konsekvensen är att det ekonomiska överskottet från konkurrensutsatta marknader till fullo tillfaller konsumenterna på lång sikt. Konsumentöverskottet kan därför sägas vara ett mått på den totala ekonomiska välfärden som en marknad bidrar med.

Lägre priser på en marknad leder därför alltid till att det totala överskottet på marknaden blir högre och att detta överskott tillfaller konsumenterna. Eftersom konkurrens säkrar att produktionen sker till så låg kostnad som möjligt, och därmed att priserna blir så låga som möjligt, följer att konkurrens säkrar att den ekonomiska välfärden blir så hög som möjligt.

Till detta ska läggas att de konkurrensutsatta marknadernas inneboende kraft till kontinuerlig förnyelse även bidrar till att konsumentöverskottet kan förväntas öka med tiden. De företag som hittar konkurrensfördelar – genom lägre priser, högre kvalitet eller differentiering – blir på lång sikt upphunna av konkurrerande företag. När detta händer sker återigen produktionen kostnadseffektivt. Och lägre produktionskostnader, kvalitetshöjningar eller breddat utbud kommer till fullo konsumenterna till del.

Sammanfattningsvis leder således konkurrens på en marknad till att det ekonomiska överskottet från marknaden blir så stort som möjligt och att dessa värden tillfaller konsumenterna. Det beskrivna ekonomiska ramverket och dess slutsatser kan därför ses som en formell teoretisk beskrivning av Adam Smiths 'osynliga hand'. Konkurrens kan då tolkas som att lämna de ekonomiska agenterna att sträva efter vad som är bäst för sig själva givet begränsade resurser. Under vissa villkor uppnås då vad som är bäst för alla i termer av ett så högt ekonomiskt överskott som möjligt.

2.2.2 Hur leder konkurrens till en så hög välfärd som möjligt?

Det ekonomiska överskottet – dvs. konsumentöverskottet – kan användas för att utvärdera hur olika marknadsåtgärder påverkar samhället ur ett välfärdsperspektiv.⁹ Fördelarna är att konsumentöverskott ofta går att mäta, att analyserna blir relativt enkla att genomföra och att beräkningarna blir konkreta och lättförståeliga i termer av kronor och ören. Överskott kräver dessutom inte någon värdering av vad som är bra eller bättre; överskottet är antingen större eller mindre.

Ekonomiskt överskott som välfärdsmått har sitt ursprung i 1800-talets välfärdsteori. Modern välfärdsekonomi, med ursprung från början av 1900-talet, är mer abstrakt och försöker mäta välfärd i form av den nytta individer finner i sin konsumtion av olika varor och tjänster. Detta samtidigt som man försöker hantera de relativt svåra problem som nyttobegreppet innebär.

Den nytta en person får av en vara eller tjänst är t.ex. inte direkt observerbar och mätbar på samma sätt som överskott. Dessutom är det svårt att ställa olika individers uppgivna och upplevda nytta mot varandra. Men för att kunna avgöra vad som leder till en så hög välfärd för samhället som helhet, eller summan av individernas, måste individernas nytta av konsumtionen på något sätt kunna summeras alternativt kunna ställas mot varandra.

Ett av den italienske ekonomens Vilfredo Paretos stora bidrag var att introducera normativa villkor för att överkomma dessa problem och ändå kunna avgöra om en fördelning av välfärden är bättre än en annan. Detta utan att behöva mäta alla individers nytta eller jämföra nyttoenheter mellan individer.

⁹ (Willig, 1976)

Vad är Pareto-effektivitet och vad är bäst för samhället?

Paretos utgångspunkt är att alla individer rent teoretiskt kan rangordna olika konsumtionsmöjligheter utifrån om de är bättre, lika bra eller sämre än alla andra möjligheter. Med tillgång till samtliga individers värderingar av samtliga möjliga fördelningar av välfärden är det därför rent teoretiskt möjligt att även jämföra fördelningarna på aggregerad nivå.

Den normativa princip Pareto använder för att göra detta är: en fördelning av välståndet är att föredra om någon/några har det bättre utan att någon annan har det sämre. Genom att jämföra alla fördelningar går det att hitta fördelningar där denna princip inte längre går att uppfylla; det vill säga för vissa fördelningar går det inte att hitta ett alternativ där någon får det bättre utan att någon annan får det sämre.

Resultatet av Paretos tankegångar kan sammanfattas i vad som normalt kallas paretoeffektivitet. En paretoeffektiv fördelning karaktäriseras av att ingen individ kan få det bättre utan att någon annan får det sämre. Mängden av alla fördelningar som är paretoeffektiva benämns ofta för paretofronten. Ur detta hänseende kan därför ett paretoeffektivt tillstånd även sägas vara allokativt effektivt eftersom det inte finns några ytterligare värden att hämta genom att fördela om välståndet utan att detta samtidigt drabbar någon annan.¹⁰

Att en fördelning är paretoeffektiv kan ses som ett nödvändigt normativt villkor för vilka fördelningar av välståndet som överhuvudtaget bör accepteras. Detta eftersom fördelningar som inte är paretoeffektiva innebär att någon kan få det bättre utan att någon får det sämre. Att acceptera fördelningar som är ineffektiva kan då tolkas som att slösa med samhällets begränsade resurser.

Däremot kan paretoeffektivitet knappast ses som ett tillräckligt normativt villkor för att acceptera en given fördelning. Det finns många exempel på fördelningar som är paretoeffektiva, men som samtidigt skulle anses vara oacceptabla av många.¹¹ Att acceptera Paretos princip kan då likställas med att man accepterar att fokus bör ligga på fördelningar som är åtminstone paretoeffektiva.

Kraften i Paretos relativt svagt normativa princip framgår när paretoeffektivitet kombineras med konkurrens och möjligheter till omfördelning av ekonomins tillgångar. Kombinationerna leder till de två välfärdsteoremen.

¹⁰ Paretokriteriet är i en viss mening restriktivt eftersom det kan finnas förändringar i fördelningen av välfärden där några tjänar relativt mycket medan någon förlorar relativt lite. I praktiken används därför Kaldor-Hicks-kriteriet som innebär att en fördelning är att föredra om vinnarna av en omfördelning kan kompensera de som förlorar.

¹¹ (Hammond, 1998)

Konkurrens, paretoeffektivitet och det första välfärdsteoremet

Det första välfärdsteoremet visar att konkurrens leder till att fördelningen av välfärden blir paretoeffektiv.¹² Konkurrens säkrar således ett utfall där ingen kan få det bättre utan att någon annan får det sämre.

De antaganden som krävs för att teoremet ska hålla är mycket svaga, vilket betyder att teorems slutsats kan karaktäriseras som stark.¹³ Det vill säga det behövs relativt få och okontroversiella antaganden för att komma fram till att konkurrens leder till ett utfall som är paretoeffektivt.

Samtidigt är slutsatsen svag ur en normativ synvinkel eftersom det inte finns någon garanti för att fördelningen upplevs som rättvis. Detta då marknadskrafterna inte tar några hänsyn till hur välfärden fördelas. Tvärtom kan utfallet mycket väl upplevas som extremt orättvist och oacceptabelt av många.¹⁴

Det första välfärdsteoremet framförs ofta vara ett formellt och teoretiskt bevis av Adam Smiths argument om en 'osynliga hand', och att lämna individer åt att själviskt sträva efter sitt eget bästa i slutändan även leder till en så hög välfärd som möjligt.

Konkurrens, omfördelning och det andra välfärdsteoremet

Det andra välfärdsteoremet visar att varje paretoeffektiv fördelning går att nå via konkurrens och en omfördelning av tillgångarna.¹⁵ Det vill säga om man vill nå en viss paretoeffektiv fördelning av välståndet – som t.ex. är önskvärd fördelningspolitiskt – så är detta möjligt genom att staten fördelar om tillgångarna i ekonomin och låter konkurrensen sköta resten.

En tolkning av det andra teoremet är därför att statens roll på marknaderna kan begränsas till att omfördela ekonomins tillgångar så att utfallet återspeglar en fördelning av välfärden som är socialt önskvärd. Givet att staten genomför denna omfördelning på ett sätt som uppfyller vissa villkor är utfallet fortfarande effektivt.¹⁶

¹² (Mas-Colell, Whinston, & Green, 1995)

¹³ Se t.ex. (Hammond, 1998), (Mas-Colell, Whinston, & Green, 1995)

¹⁴ (Hammond, 1998)

¹⁵ (Mas-Colell, Whinston, & Green, 1995)

¹⁶ För att detta ska gälla ställs relativt starka krav på hur omfördelningen sker. Omfördelningen måste ske genom så kallade klumpsummor. Detta betyder att resurserna omfördelas mellan de ekonomiska agenterna i klumpsummor och en enda gång. Skälet till att klumpsummor måste användas är att de inte påverkar priserna i ekonomin och därmed inte heller effektiviteten.

Det andra välfärdsteoremetets slutsats är normativt stark, dvs. det går att nå en socialt önskvärd fördelning av välfärden via konkurrens och omfördelning, utan ekonomin blir mindre effektiv. Konkurrens garanterar att samhällets begränsade resurser används effektivt och omfördelning garanterar att man når det socialt mest önskvärda utfallet.

Jämfört med det första välfärdsteoremet vilar det andra teoremet på ytterligare och starka antaganden om både konsumenter och producenter.¹⁷ Detta betyder att även om dess normativa slutsats är mycket stark, är slutsatsen svag i den meningen att dess praktiska betydelse kan ifrågasättas på goda grunder.

Statens roll på marknaderna

Ett viktigt bidrag från det andra välfärdsteoremet är att det visar på att det är teoretiskt möjligt att separera effektivitetsproblemet från fördelningsproblemet i ekonomin. Detta betyder att frågan om hur man på bästa sätt använder ekonomins begränsade resurser kan kopplas bort från hur resurserna på bästa sätt bör fördelas. Givet att en viss fördelning upplevs som bättre än den rådande kan denna nås genom att fördela om tillgångarna och låta marknaderna via konkurrens generera ett nytt effektivt utfall.

En viktig lärdom av välfärdsteoremen är därför att det inte finns behov av vad som brukar kallas en central planerare för att nå effektivitet och en så hög välfärd som möjligt. Tanken med en sådan central planerare är att denne fördelar resurserna mellan olika producenter baserat på konsumenternas önskemål och fördelar därefter varor och tjänster till konsumenterna så att en så hög välfärd skulle uppnås. För att göra detta behöver den centrala planeraren all information om alla tillgängliga produktionsteknologier och konsumenternas behov och önskemål. Den goda nyheten som kan dras av välfärdsteoremen är att marknaderna kan skapa en effektiv ekonomi, och använda samhällets begränsade resurser, på egen hand utan sådan statlig planstyrning.

Givet att man tar hänsyn till att människors behov och önskemål förändras över tid blir problemet för en central planerare än större och i princip omöjligt att hantera. I en centralplanerad ekonomi förloras även de inneboende drivkrafterna hos konkurrensutsatta marknader till förnyelse som över tid driver ned priser, höjer kvaliteten och ökar utbudet.

En tolkning av detta är bl.a. att politiker varken kan eller bör oroa sig för ekonomins effektivitet utan istället både kan och bör fokusera på att säkra att välfärden fördelas på ett socialt önskvärt sätt.

¹⁷ Antagandena för att det andra välfärdsteoremet ska gälla är relativt tekniskt komplexa och diskuteras inte här.

2.3 Sammanfattande iakttagelser om konkurrensens fördelar

Sammanfattningsvis visar ekonomisk teori att konkurrens leder till följande:

1. **Konkurrens leder till att samhällets begränsade resurser används effektivt.** Detta innebär att två typer av samhällsekonomisk effektivitet är uppfyllda:
 - a **Effektiv produktion:** Produktionen sker utan att ekonomin slösar med samhällets begränsade resurser, vilket även betyder att produktionen sker kostnadseffektivt.
 - b **Effektiv allokering:** Samhällets produktion används där den skapar störst värde och återspeglar på bästa sätt konsumenternas önskemål och behov.
2. **Konkurrens skapar drivkrafter till utveckling.** Konkurrens skapar över tid en kontinuerlig drivkraft till förnyelse hos företagen. Denna förnyelse kommer konsumenterna till del som lägre priser, högre kvalitet och större utbud.
3. **Konkurrens skapar drivkrafter till anpassning.** Över tid förändras människors behov och önskemål. På en konkurrensutsatt marknad uppfattar företagen dessa förändringar och anpassar därför sin produktion.
4. **Konkurrens leder till ett så stort ekonomiskt överskott som möjligt.** Konkurrens säkrar att det ekonomiska överskottet i ekonomin på lång sikt tillfaller konsumenterna, och att detta överskott blir som störst.
5. **Konkurrens leder till paretoeffektivitet.** Konkurrens leder till att fördelningen av välfärden i samhället blir sådan att ingen kan få det bättre utan att någon får det sämre.
6. **Alla socialt önskvärda fördelningar av välfärden kan nås via konkurrens och omfördelning.** Konkurrens säkrar enbart att samhällets resurser används effektivt givet hur tillgångarna initialt är fördelade. Konkurrens kan inte säkra att fördelningen av välfärden blir socialt önskvärd. Genom omfördelning av tillgångarna kan man nå den socialt önskvärda fördelningen samtidigt som konkurrens säkrar effektiviteten.

Slutsatserna ovan bygger naturligtvis på antaganden om hur människor och marknader fungerar. De olika slutsatserna kräver olika antaganden och olika starka antaganden. De måste därför ses utifrån hur väl antagandena passar in för en enskild marknad. Ekonomen Peter Hammond har kort sammanfattat det som:

As is often the case in economic theory, we have some very powerful results, but we must also resist being tempted to overestimate their practical significance.¹⁸

¹⁸ (Hammond, 1998)

3 Om konkurrensens ekonomiska bidrag

I föregående kapitel framkom ett flertal viktiga positiva konsekvenser av att konkurrensutsatta marknader. De positiva effekterna är i hög grad både abstrakta och indirekta. Det vill säga för att förstå och uppfatta det positiva med konkurrens krävs en relativt god bakgrundskunskap. Samtidigt kommer nyttan av konkurrens oftast inte människor till del i tydligt och direkt jämförbara ekonomiska fördelar. Fördelarna uppkommer istället till största del över längre tid genom att konkurrens leder till att marknaderna blir effektiva och skapar drivkrafter till förnyelse. För den enskilda människan betyder detta lägre priser, högre kvalitet och större utbud. Det vill säga ett högre välbefinnande, men endast på sikt. Det är således svårt att sätta fingret på, mäta och tydligt visa på vilket ekonomiskt värde konkurrens på en marknad bidrar med i kronor och ören för en enskild individ här och nu.

För att konkretisera och visa på konkurrensens positiva krafter behöver man därför se till hur konkurrens bidrar på längre sikt eller i jämförelser. Och då på en mer aggregerad nivå. Detta går att göra genom att se till hur konkurrens leder till ekonomisk tillväxt och stigande välbefinnande samt hur priser, kvalitet och utbud påverkas när marknader omregleras och konkurrensen på marknaden ökar eller minskar.

I detta kapitel beskrivs därför först hur konkurrens förhåller sig till innovation och hur konkurrens kan ses som en motor till ekonomisk tillväxt, stigande välbefinnande samt konkurrenskraft. Därefter diskuteras hur regleringar påverkar konkurrens och hur regelverk och förändringar i regelverk påverkar priser, kvalitet och utbud.

3.1 Innovation, produktivitetstillväxt och konkurrenskraft

Den konventionella ekonomiska visdomen är att konkurrens är bästa sättet att stimulera till tillväxt. Orsaken är den inneboende kraften hos konkurrensutsatta marknader till förnyelse. Genom konkurrens stimuleras innovation som i sin tur leder till teknologisk utveckling med tillväxt och högre välbefinnande som följd. Den ekonomisk teoretiska grunden för påståendet inte är utan motsägelser. Samtidigt visar empiri i stora drag på tydliga positiva samband mellan konkurrens, innovation och produktivitetstillväxt på många områden. Globaliseringen har inneburit hårdare internationell konkurrens. Detta har satt frågan kring länders konkurrenskraft i fokus och om internationell handel och öppenhet bidrar till ett lands välbefinnande.

I detta avsnitt beskrivs och diskuteras sambanden mellan konkurrens, innovation, tillväxt och konkurrenskraft mer ingående.

3.1.1 Konkurrens och innovation

I förra kapitlet fastställdes enbart kort att konkurrens skapar drivkrafter till innovation. Detta eftersom företagen genom innovationer temporärt kan skapa sig en konkurrensfördel och göra vinster på kort sikt. Detta har beskrivits som att innovationer skapar 'blåa oceaner' där företag kan verka som monopolister till skillnad mot 'röda oceaner' där alla möjligheter till marginaler konkurrerats bort.¹⁹

Vad är innovation?

En sådan bild av hur konkurrens leder till innovation är visserligen målande, men samtidigt mycket förenklad. Och teorierna om hur konkurrens påverkar innovation är inte samstämmiga. En förutsättning för att mer ingående förstå sambandet mellan konkurrens och innovation är att först förstå vad innovation är.

Den österrikiske ekonomen Joseph Schumpeter var en av de första att mer ingående försöka förklara vad innovation är och vilken roll den spelar. Schumpeter betonade att ekonomisk utveckling drivs av innovationer där äldre teknologier över tid ersätts av nya i en process som han kallade *kreativ förstörelse*.²⁰ Med kreativ förstörelse följer att etablerade företag förstörs och går under, medan nya växer fram.

Om denna kreativa förstörelse är *radikal* medför den banbrytande förändringar i samhället. Ett klassiskt exempel är ångmaskinens intåg på 1700-talet som i grunden förändrade både tillverkningsindustrin – genom möjligheter till massproduktion – och transportsektorn – genom järnvägarna. Ångmaskinen ändrade fullständigt förutsättningarna för hur samhällen och ekonomier fungerade.

Om den kreativa förstörelsen istället är inkrementell bidrar innovationerna till en kontinuerlig ekonomisk utveckling. Ett exempel är introduktionen av och utvecklingen av förbränningsmotorn som ersatte ångmaskinen. Förbränningsmotorn har sedan den introducerades stegvis utvecklats och förbättrats ännu till våra dagar och bidragit till en kontinuerligt stigande effektivitet i både produktion och transporter.

Schumpeter listade fem typer av innovationer: a) nya produkter, b) nya produktionsmetoder, c) nya marknader, d) nya källor till råmaterial eller andra insatsvaror och e) nya marknadsstrukturer.²¹ Trots Schumpeters bidrag har det länge saknats en entydig definition av vad som egentligen avses med innovation inom ramen för den nationalekonomiska vetenskapen. Detta har medfört ett antal problem. Ett av de större är att den empiriska litteraturen kring hur konkurrens påverkar innovation tvingats använda olika typer av proxy-mått på innovation. Dessa mäter inte direkt innovation utan snarare olika aspekter av innovation.

¹⁹ (Kim & Mauborgne, 2004)

²⁰ (Schumpeter, 1942)

²¹ (Schumpeter, 1942)

Exempel är FoU-utgifter som egentligen bör ses som en insats för innovation eller antal patent som egentligen är ett resultat av innovation.²² Detta har medfört att de empiriska resultaten inte alltid kunnat generaliseras bortom de proxy-variabler som används.

För att underlätta mätningen av den innovativa aktiviteten på marknader och i samhället har det framförts ett flertal olika förslag på definitioner på vad innovation är:

Innovation is the multi-stage process whereby organizations transform ideas into new/improved products, services, or processes, in order to advance, compete and differentiate themselves successfully in their marketplace.²³

Europeiska centralbanken definierar innovationer som

In economic terms, innovation describes the development and application of ideas and technologies that improve goods and services or make their production more efficient.²⁴

OECD och EUROSTAT definierar innovation som

An **innovation** is the implementation of a new or significantly improved product (good or service), or process, a new marketing method, or a new organisational method in business practices, workplace organisation or external relations.²⁵

och innovativa aktiviteter som

Innovation activities are all scientific, technological, organisational, financial and commercial steps which actually, or are intended to, lead to the implementation of innovations.²⁶

Gemensamt för alla definitioner är den övergripande och breda ansatsen för vad som kan anses vara en innovation samt att innovation på något sätt syftar till eller bidrar till förbättrad konkurrensförmåga. OECD:s definition har operationaliserats i ett stort antal mått som mäter innovation på olika nivåer och enligt flera olika aspekter. I Figur 1 till Figur 3 visas exempel på innovationsdata baserat på OECD:s definitioner. I figurerna avses med innovativa företag de företag som uppger att de genomfört minst någon innovation under perioden. Typen av innovation kan dessutom delas upp beroende på om det avser att utveckla själva produkten eller tjänsten. Sådan innovation benämns vara en produktinnovation. Om innovationen istället avser att förbättra metoden att ta fram produkten eller utföra tjänsten benämns den istället vara en processinnovation.

²² (Baregheh, Rowley, & Sambrook, 2009)

²³ (Baregheh, Rowley, & Sambrook, 2009, p. 1334)

²⁴ (European central bank, 2017)

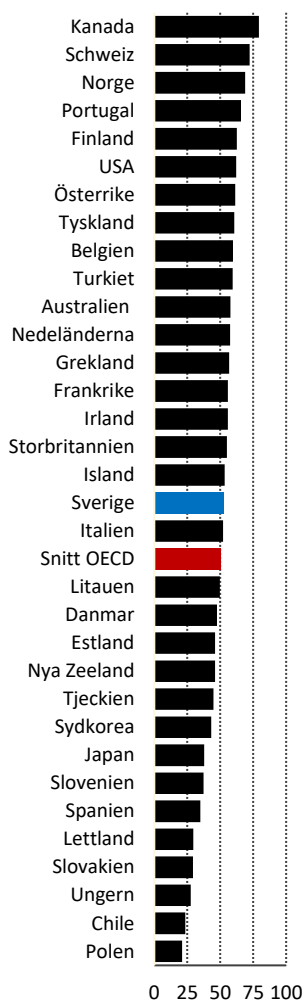
²⁵ (OECD och EUROSTAT, 2005, p. 46)

²⁶ (OECD och EUROSTAT, 2005, p. 47)

Innovativa företag

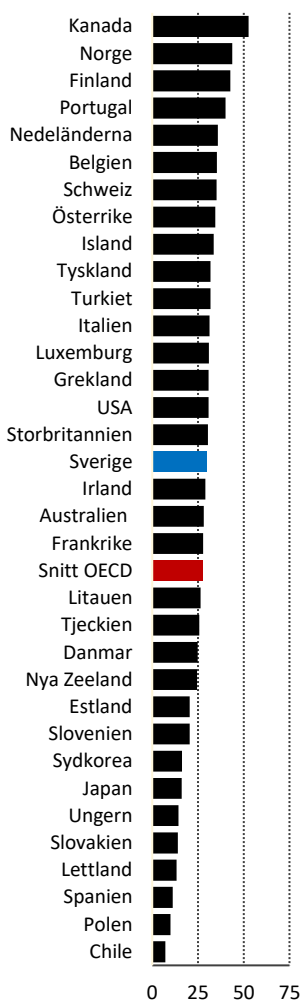
Figur 1: Innovativa företag

Procentuell andel av samtliga företag



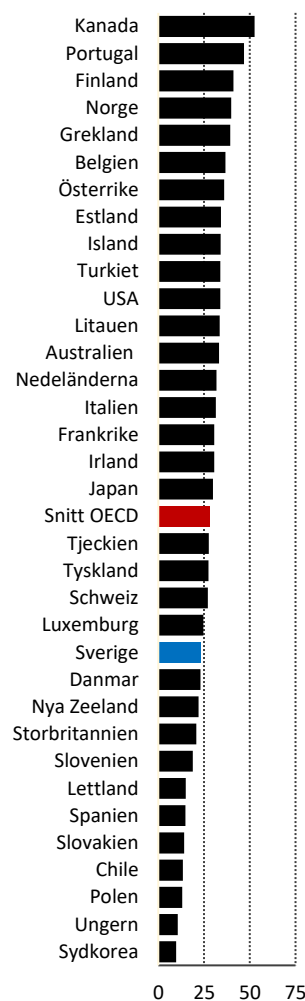
Figur 2: Produktinnovativa företag

Procentuell andel av samtliga företag



Figur 3: Processinnovativa företag

Procentuell andel av samtliga företag



Not: Med innovativt företag avses företag som rapporterat en eller flera innovationer enligt OECD:s definition under perioden 2014–2016.

Källa: Lakeville baserat på (OECD, 2020 c)

Hur kan konkurrens påverka innovationsnivån negativt?

Företagens drivkraft till innovation är enligt Schumpeter möjligheten att göra framtida temporära vinster. Storleken på dessa vinster är beroende av ett flertal faktorer. För det första det institutionella ramverket som genom t.ex. patent säkrar att företaget kan få avkastning på sin innovation utan att denna kostnadsfritt kopieras av konkurrenterna. För det andra av den tid det tar för kopierande konkurrenter att ställa om och komma ikapp i produktionsteknologin. För det tredje hur lång tid det tar innan en ny innovation tar över och gör den tidigare förlegad.

När möjligheten att skapa en vinst av innovation har formaliserats inom ramen för ekonomiska modeller var de tidiga slutsatserna att mer konkurrens leder till mindre innovation. Orsaken är att de vinster som går att extrahera från innovation

minskar när konkurrensen ökar.²⁷ Med ökande konkurrens följer bl.a. snabbare kopiering och ett kortare avstånd tills en ny innovation gör den tidigare förlegad.

Denna negativa effekt av konkurrens på innovationsnivån kallas *Schumpeter-effekten*. Orsaken till namnet är att Schumpeter menade att innovationstakten på hårt konkurrensutsatta marknader rimligtvis borde vara lägre än på mindre konkurrensutsatta marknader. Skälen till detta är att större företag på marknader med lägre konkurrens lättare kan dra fördelar av den stigande skalavkastningen som investeringar i innovationer ofta innebär, de har större finansiella muskler att hantera den finansiella risk som investeringar innebär, de har större möjligheter att implementera innovationerna i sina större produktionsprocesser och med färre konkurrenter är naturligtvis antalet kopierande företag även färre. Enkelt uttryckt innebär lägre konkurrens större möjligheter att både investera i innovationer och skörda resultaten därav.²⁸

Hur kan konkurrens påverka innovationsnivån positivt?

I diametral motsats till det negativa sambandet mellan konkurrens och innovationer visade den amerikanske ekonomen Kenneth Arrow att företag har mer att tjäna från innovationer när konkurrensen är hög.²⁹ Arrows utgångspunkt för sitt argument är att kontrastera drivkrafterna till innovation på en marknad med ett monopol jämfört med en konkurrensutsatt marknad.

Enligt Arrow innebär innovation för ett monopol en kostnad som sprids ut på relativt få producerade enheter. Detta eftersom monopol höjer priset och sänker den utbudna kvantiteten jämfört med en konkurrensutsatt marknad. Den högre innovationskostnaden per enhet innebär därför att ett monopol har relativt små drivkrafter att förnya sig.

På en konkurrensutsatt marknad finns mycket större vinster av innovation att hämta. Skälet ligger i att ett företag genom innovation kan ta en stor del av marknaden och därmed fördela ut kostnaden för innovationen på många fler sålda enheter. Avkastningen på innovation, enligt Arrow, måste därför vara högre med konkurrens än med monopol.

Arrows beskrivning har kritiserats eftersom den antar att monopolisten inte kan utmanas genom inträde på marknaden av nya företag. Ett mer realistisk antagande är att innovation är tillgängligt både till monopolisten och till potentiella utmanande och konkurrerande företag. En monopolist måste därför väga egen innovation mot att innovationen hamnar hos ett konkurrerande företag som träder

²⁷ (Aghion, Bloom, Blundell, Griffith, & Howitt, 2005)

²⁸ Se t.ex. (Dasgupta & Stiglitz, 1980)

²⁹ (Arrow, Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention, 1962)

in på marknaden. Möjligheten att bli utmanad på marknaden leder till att monopolister därför ofta har ett starkt intresse till innovation.³⁰

De olika synsätten kan integreras

Den teoretiska grunden för om konkurrensutsatta marknader är bästa sättet att skapa innovationer är således oklar. Under senare tid har de två olika synsätten kunnat integreras teoretiskt och i vissa fall kunnat visats gälla även empiriskt.³¹ Den grundläggande tanken är att mer konkurrens har en positiv påverkan på innovationstakten på en marknad upp till en viss gräns. I intervallet upp till denna gräns dominerar effekten av att företag kan göra betydande vinster genom innovation. Men med stigande konkurrens minskar även de vinster som företagen kan göra. När gränsen nås så dominerar istället den så kallade Schumpeter-effekten och mer konkurrens leder istället till mindre innovation.

Empirin visar på att mer konkurrens ger mer innovation

Den oklara teoretiska bilden har inte förhindrat att den empiriska litteraturen i stort har kunnat visa att mer konkurrens leder till en högre innovationstakt.³² Detta trots problem med att mäta omfattningen av både konkurrens och innovation på marknaderna.

3.1.2 Konkurrens och tillväxt

En av de främsta fördelarna med innovation är dess bidrag till ekonomisk tillväxt. Tillväxt kan användas för att beskriva ett flertal olika ekonomiska begrepp. Men till vardags står tillväxt för hur ekonomin aggregerat växer över tid i form av t.ex. BNP per capita. Tillväxten per capita bestäms av ett flertal underliggande faktorer där både konkurrens och innovation indirekt ingår som två betydelsefulla faktorer på grund av deras påverkan på produktiviteten.

Produktivitet mäter värdet på det som produceras per insats. Arbetsproduktivitet mäter t.ex. värdet av det som produceras per arbetad timme eller per arbetare. I takt med att produktiviteten ökar i samhället kan fler varor och tjänster produceras med samma insats, dvs. ekonomin växer. Konkurrens och innovation bidrar båda till produktivitet. Konkurrens genom att stimulera till innovation samt genom att säkra att resurserna används kostnadseffektivt. Innovation bidrar genom att introducera ny teknologi som använder resurserna på ett mer effektivt sätt.

³⁰ (Gilbert & Newbery, 1982)

³¹ (Aghion, Bloom, Blundell, Griffith, & Howitt, 2005)

³² Se t.ex. (Holmes & Schmitz, 2010) och en nyligen genomförd sammanställning i (Moen, Tvedten, & Wold, 2019)

Detta betyder att konkurrens kan bidra till att en ekonomi växer dels genom att ökad konkurrens direkt ger ett bättre resursutnyttjande, dels indirekt genom att stimulera innovationer som i sin tur leder till bättre resursutnyttjande på sikt.

Den teoretiska litteraturen om innovationer och tillväxt

Den ekonomisk teoretiska litteraturen om hur innovationer leder till produktivitetstillväxt är till viss del integrerad i de teorier som beskriver ekonomisk tillväxt. Tidiga beskrivningar av hur ekonomier växer utgick enbart från ett antagande att produktiviteten steg till följd av teknologisk utveckling. Detta utan att närmare förklara vad som egentligen driver de tekniska framstegen eller varför ekonomier överhuvudtaget investerar i teknologisk utveckling.

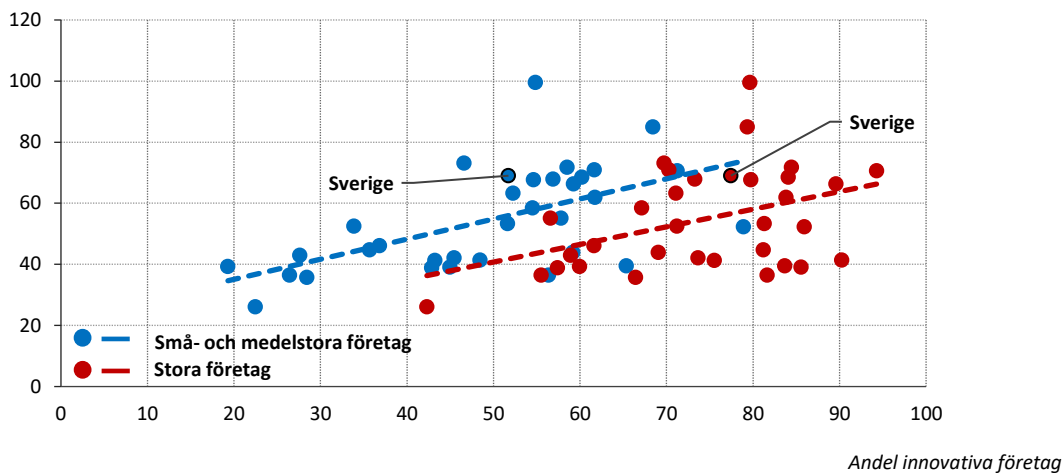
Den amerikanske ekonomen Paul Romer var en av de första att under 1980-talet utveckla nya sätt att försöka förstå vad som driver tillväxt. De olika teorier som utvecklades i Romers spår fokuserade på att direkt inkludera humankapital och innovationer samt att innovationer även har spridningseffekter till övriga delar av ekonomin. Följden av detta var att tillväxt delvis kan förklaras direkt av innovationer och hur sambanden mellan innovation och tillväxt ser ut. Även Schumpeters idéer om innovationer som kreativ förstörelse har inkorporerats i vissa av dessa tillväxtmodeller för att kunna förklara vad som driver tillväxt.³³

Med detta har följt ett stort antal implikationer som är direkt användbara för hur stater bör agera för att skapa tillväxt och välbstånd. En av huvudslutsatserna är att tillväxt i ekonomin till stor del beror på de institutionella förutsättningarna. Viktiga instrument för staten att skapa tillväxt är t.ex. att subventionera forskning, utveckling och utbildning för att stimulera till innovation och därmed till tillväxt.

Ett konkret exempel på hur sambandet mellan nivån innovation och produktiviteten ges i Figur 4 som visar produktiviteten i olika OECD-länder givet andelen innovativa företag i landet. Sammantaget uppvisar länder med högre andel innovativa företag även en högre produktivitet. Sambandet gäller såväl för andelen innovativa små och medelstora företag som för stora företag. Figuren syftar inte till att vara ett vetenskapligt belägg utan är avsedd att visa på att sambandet kan visas gälla även på en mer aggregerad nivå trots att länderna skiljer sig betydligt vad gäller näringslivsstrukturer och andra viktiga bakomliggande faktorer.

³³ (Aghion & Howitt, 1992)

Figur 4: Andel innovativa små- och medelstora- respektive stora företag samt produktivitet inom OECD
BNP per arbetad timme i USD, konstanta 2010 års priser och PPP-justerat



Not: Andelen innovativa företag är uppmätt 2014–2016. BNP per arbetad timme gäller genomsnittet för 2017 och 2018.

Källa: Lakeville baserat på (OECD, 2020 c) och (OECD, 2020 d)

Sambanden mellan innovation och produktivitet på företagsnivå

En viktig fråga är vad som gör att innovationer av enskilda företag leder till att produktiviteten på aggregerad nivå blir högre. För det första leder innovationer till lägre produktionskostnader alternativt till varor och tjänster som ger konsumenterna ett större värde. Detta medför att värdet på det som produceras blir högre per insats, t.ex. per arbetad timme. För det andra kan innovativa företag förväntas växa snabbare och/eller ersätta mindre effektiva till följd av att deras produkter är billigare och/eller bättre. Båda delarna leder till att produktiviteten totalt stiger. För det tredje leder innovationer hos ett företag till att andra företag även kan använda sig av den innovationen och förbättra sin produktivitet genom kopiering.

De empiriska beläggen för att mer innovation leder till högre produktivitet är omfattande men lider av att innovation inte är direkt mätbart och att förändringar i produktivitet på företags eller branschnivå är svåra att mäta. Studier som försöker uppskatta innovationernas påverkan på produktiviteten visar dock konsistent på tydliga positiva effekter.³⁴ Företag som uppger att de förbättrat sina produkter de senaste åren uppvisar mellan 8 och 29 procent högre produktivitet än icke-innovativa företag. Den största utväxlingen mellan innovationer och produktivitet återfinns inom kunskapsintensiva och högteknologiska företag. Inom tillverkningsindustrin i Västeuropa beräknas innovativa företag vara mellan 5 och 10 procent mer produktiva.³⁵

³⁴ Se t.ex. (Hall, 2011) för en genomgång.

³⁵ (Hall, 2011)

Dessa positiva samband gäller även om man ser till hur stor del av försäljningen som företagen uppger komma från innovativa produkter och tjänster. Uppskattningsvis innebär en dubbelt så stor försäljning av innovativa varor och tjänster även att produktiviteten är cirka 11 procent högre. Även företagens tillväxt i produktivitet ökar med stigande innovationsnivåer.

3.1.3 Konkurrens och välfärd

Tidigare avsnitt visade på att konkurrens och innovationer leder till produktivitetsförbättringar och därmed till bättre förutsättningar för stigande ekonomiskt välbefinnande mätt t.ex. som BNP. Sådana mått visar inte nödvändigtvis på att de positiva effekterna av konkurrens verkligen kommer konsumenterna till del i form av större konsumentöverskott eller högre välfärd.

Värdet av nya varor och tjänster

Att mäta värdet av nya varor och tjänster på marknaden innebär på samma sätt som att mäta konkurrens och innovationer stora mätproblem. Exempel på uppskattningar visar dock på att värdena kan vara betydande. Chryslers introduktion av minivanen på 80-talet i USA uppskattas ha bidragit med en total välfärdsökning motsvarande 2,9 miljarder dollar under perioden 1984 till 1988. Av detta uppskattas merparten, 2,8 miljarder, ha tillfallit konsumenterna och resterande del producenterna. En stor del av värdet för konsumenterna tillföll dessutom inte de som köpte Chryslers minivan, utan de konsumenter som köpte andra bilar än en minivan. Detta pga. att minivanens introduktion skärpte konkurrensen på bilmarknaden med lägre priser som följd.³⁶ Värdet av introduktionen för Chrysler värderades till 1,5 miljarder dollar totalt fram till slutet av 1987. Detta på bekostnad av andra bilmärken på marknaden.

Andra exempel är introduktionen av röstmeddelandetjänsterna i USA på 90-talet som värderats till cirka 1,3 miljarder dollar per år. Introduktionen av mobiltelefonen värderades i sitt tidiga skede ge välfärdsvinster på upp till cirka 50 miljarder dollar per år.³⁷ Dessa välfärdsvinster beräknas som det ekonomiska överskott de ger upphov till och tillfaller till största del konsumenterna. Värdet kan enklast förklaras som överskottet mellan vad konsumenterna skulle vara villiga att betala för tillgången till en mobiltelefon och vad de faktiskt betalar. För mobiltelefoner består detta värde i bl.a. ökad tillgänglighet och tidsbesparingar.

³⁶ (Petrin, 2001)

³⁷ (Hausman, 1997)

Konsumenterna kan förväntas få huvuddelen av vinsterna

Hur stor del av välståndet som tillfaller konsumenterna till följd av introduktionen av nya varor och tjänster är inte klarlagt. Den andel av det ekonomiska bidraget som det enskilda innovativa företaget lyckas ta har visats variera betydligt beroende på bransch. Läkemedelsindustrin framhålls ofta som mer framgångsrik och lyckas behålla mer av vinsterna, med högre vinstmarginaler som följd. För jordbrukssektorn gäller det omvända. Trots stark produktivitetstillväxt inom sektorn under lång tid har tillväxten inte omvandlats till en bättre lönsamhet för jordbrukare i allmänhet.

Det finns relativt lite empiri vad gäller hur stor andel av vinsterna från innovation som tillfaller konsumenterna på aggregerad nivå. En studie av William Nordhaus för den amerikanska ekonomin uppskattar att företagen som helhet endast lyckats behålla en bråkdel, drygt 2 procent, av de ekonomiska vinsterna från innovation under perioden 1948 till 2001. Huvuddelen av värdet har således tillfallit konsumenterna i enlighet med ekonomisk teori som diskuterades i föregående kapitel.³⁸

Värdet av nya digitala gratistjänster

Digitala varor och tjänster har under de senaste decennierna ökat kraftigt i omfattning. Detta har medfört en omfattande diskussion kring att de ekonomiska måtten missar viktiga delar av konkurrensens och innovationernas bidrag till välfärden. Orsaken är att vissa nya digitala varor och tjänster är gratis, t.ex. värdet av gratis sökmotorer, uppslagsböcker, karttjänster, streaming eller översättningar. Sådana gratistjänster bidrar till konsumenternas välfärd men de ingår inte i t.ex. BNP-måttet då de inte kostar konsumenten något att använda.

Värdet av detta är dock svårt att uppskatta i kronor och ören för att inkluderas i de normala ekonomiska måtten. Problematiken kan exemplifieras av värderingar av olika medie-plattformar (exempelvis Facebook, Twitter, YouTube och Instagram) som leder till mycket olika resultat. Studier har t.ex. visat på att Facebookanvändarnas betalningsvilja för att använda Facebook i genomsnitt är en dollar per månad. På frågan hur mycket användarna skulle kräva för att istället avstå från gratis tillgång är svaret istället mellan 40 och 59 dollar per månad.³⁹

³⁸ (Nordhaus, 2004)

³⁹ Se (Sunstein, Valuing Facebook, 2020) och (Brynjolfsson, Collis, & Eggers, 2019)

Experiment har t.ex. visat att möjligheten till att söka gratis online leder till mycket stora tidsbesparingar, större träffsäkerhet och mer korrekta och relevanta sökresultat.⁴⁰ Detta har medfört att gratis söktjänster är det som värderas allra högst av samtliga digitala tjänster. För ett helår uppgav användarna att de vill bli ersatta med över 17 000 dollar per år för att inte kunna använda söktjänster online.⁴¹ En orsak till den höga värderingen är troligen att gratis söktjänster i mycket stor utsträckning även används i arbetet.

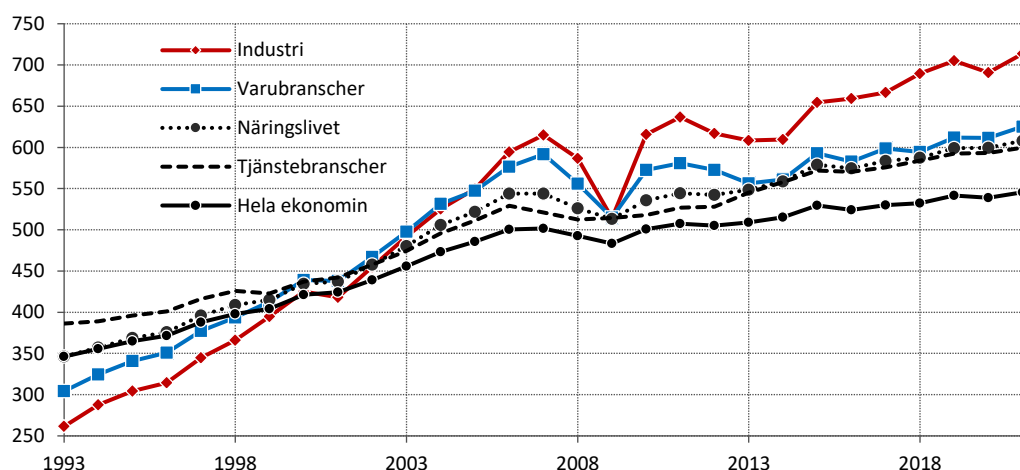
3.1.4 Konkurrens, konkurrenskraft och handel

Med en ökad globalisering har konkurrensen blivit allt mer internationell. I takt med större möjligheter att finna leverantörer utomlands och billigare transporter har konkurrensen blivit starkare. Enligt ovan diskussioner bör en ökad internationell konkurrens leda till starkare tillväxt och högre produktivitet. En indikator på att så är fallet för Sverige visas i Figur 5.

Sedan början av 1990-talet har produktivitetstillväxten varit som högst inom svensk industri och därefter inom varubranschen. Detta är ett rimligt utfall då svensk industri, och till mindre del varubranschen, är utsatt för stark konkurrens från utlandet som även ökat med tiden. Tjänstebranscher är ofta mindre utsatta för utländsk konkurrens, vilket leder till lägre konkurrensstryck, lägre innovationstakt och därför till långsammare produktivitetstillväxt. I diagrammet har ett flertal branscher och sektorer utelämnats såsom byggbranschen och offentlig sektor med lägre produktivitetstillväxt.

Figur 5: Utvecklingen av svensk produktivitet

Kronor per arbetad timme, fasta priser, referensår 2019, baspris



Not: Med produktivitet avses förädlingsvärde i kronor per arbetad timme

Källa: Lakeville baserat på (Konjunkturinstitutet, 2020)

⁴⁰ (Chen, Jeon, & Kim, 2014)

⁴¹ (Brynjolfsson, Collis, & Eggers, 2019, s. 3)

Internationell handel leder till tillväxt

Huvudslutsatserna från de empiriska studierna överensstämmer väl med vad de ekonomiska teorierna förutspår: mer internationell handel leder till högre tillväxt och högre produktivitet.⁴² Utöver att starkare internationell konkurrens bidrar till inhemsk tillväxt direkt innebär internationell handel även möjligheter att utnyttja skalfördelar i produktionen då företagen möter en större efterfråga på t.ex. världsmarknaden. Till detta ska läggas att företag på större marknader har en större kunskapspool att tillgå för göra nya erfarenheter och anpassa och utveckla sin produktion.

Att handel och internationell konkurrens leder till tillväxt och högre produktivitet har mer än tidigare aktualiserat frågan kring länders s.k. konkurrenskraft och vad staten kan göra för att förbättra möjligheterna för de inhemska företagen att framgångsrikt kunna konkurrera på globala marknader. Rekommendationerna är i stora drag att fortsatt uppmuntra till ökad konkurrens, ökad handel samt stödja innovationer och utbildning.

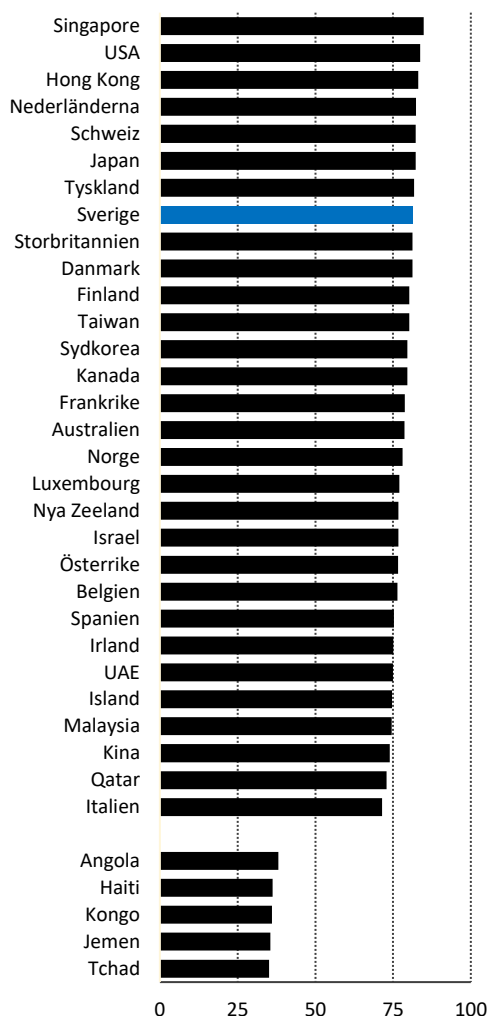
⁴² Se t.ex. (Frankel & Romer, 1999) och (Alcalá & Ciccone, 2004)

Exempel på internationella konkurrensindex 2019

Figur 6: World Economic Forum

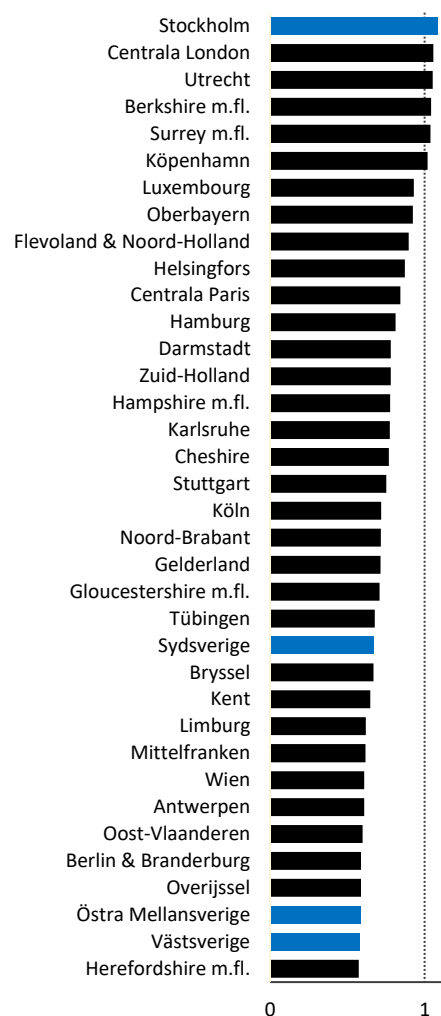
30 bästa och 5 sämsta länderna av 141

Poäng på skalan 0–100



Figur 7: Europeiska kommissionen

Regionalt konkurrensindex 30 bästa regionerna av 268



Not:

Källa: Lakeville baserat på (World Economic Forum, 2019), (Europeiska kommissionen, 2019)

I denna anda har därför flera organisationer under det senaste decenniet försökt uppskatta konkurrenskraften hos världens länder och regioner. Detta genom att väga samman olika variabler som mäter olika aspekter av vad som bidrar till produktivitet och till att länder framgångsrikt kan skapa välbefinnande åt medborgarna. Exempel är institutionernas uppbyggnad, utbildningsystem och innovation. Målet med värderingen är inte främst att visa på vilka länder som är mest framgångsrika, utan att länderna och regionerna själva ska kunna utvärdera i vilka kategorier de brister jämfört med de som presterar bäst.

I jämförelse med världens övriga länder hamnar Sverige högt när man försöker uppskatta konkurrenskraften, se Figur 6 och Figur 7. I World Economic Forums värdering bidrar makroekonomisk stabilitet, hälsa och färdigheter hos arbetskraften samt hög innovationskapacitet till den höga placeringen. Faktorer som drar ned poängen är att den svenska inhemska marknaden är relativt liten samt att vissa regler på både produktmarknader och arbetsmarknaden försvårar handel och arbetskraftsmobilitet. I Europeiska kommissionens värdering av konkurrenskraften hos europeiska regioner bidrar hög utbildningsnivå och hälsa hos arbetskraften och innovationskraft till den höga rankingen för Stockholm.

3.2 Konkurrens och regleringar

Normalt innebär regleringar som påverkar någon av de faktorer som listades som krav för full konkurrens, se avsnitt 2.1.1, att marknaden blir mindre effektiv. Prisregleringar, regler som begränsar inträde, informationsbegränsningar, att staten tar ut avgifter för de avtal som sluts på marknaden etc. innebär således att marknaden fungerar mindre effektivt. Dessa effektivitetsförluster kallas dödviktsförluster och visar på det värde som går till spillo pga. att regelverk försämrar funktionen på marknaden eller att marknaden av andra skäl inte fungerar på ett tillfredställande sätt.

Betydelsen av dessa dödviktsförluster på grund av effektivitetsförsämrade regler återspeglas av att OECD tagit fram en guide för hur man ska utvärdera regelförändringar och i vilka fall dödviktsförluster kan uppkomma.⁴³ OECD tar upp regler som begränsar antalet företag, möjligheterna att konkurrera, drivkrafterna att konkurrera, konsumenternas tillgängliga valmöjligheter och vilken information som är tillgänglig för konsumenterna.⁴⁴

Förlusterna kan uppkomma på ett stort antal olika sätt. Ett exempel är att regelverken direkt leder till att produktionen blir ineffektiv och därmed inte sker kostnadseffektivt. Ett annat exempel är att regelverket kan ge företagen möjligheter att göra vinster på längre sikt. Det finns även risker att reglerna går ut över innovationstakten på marknaden med negativa konsekvenser för tillväxten.

I slutändan leder icke-ändamålsenliga marknadsregleringar till förluster för konsumenterna genom högre priser, lägre kvalitet och sämre utbud. Även regler som är avsedda att skydda marknaden, t.ex. regler som begränsar internationell konkurrens, kan ur detta perspektiv betraktas som negativa eftersom företagen på sikt riskerar att bli mindre produktiva med högre priser och sämre utbud som följd.

⁴³ (OECD, 2016)

⁴⁴ (OECD, 2016, s. 1)

Det bör understrykas att sådana förluster i effektivitet kan överskuggas av de samhällsvinster som regleringen är avsedd att leda till. Marknadsregleringar i sig är därför inte nödvändigtvis enbart negativa, vilket måste tas hänsyn till när de utvärderas.

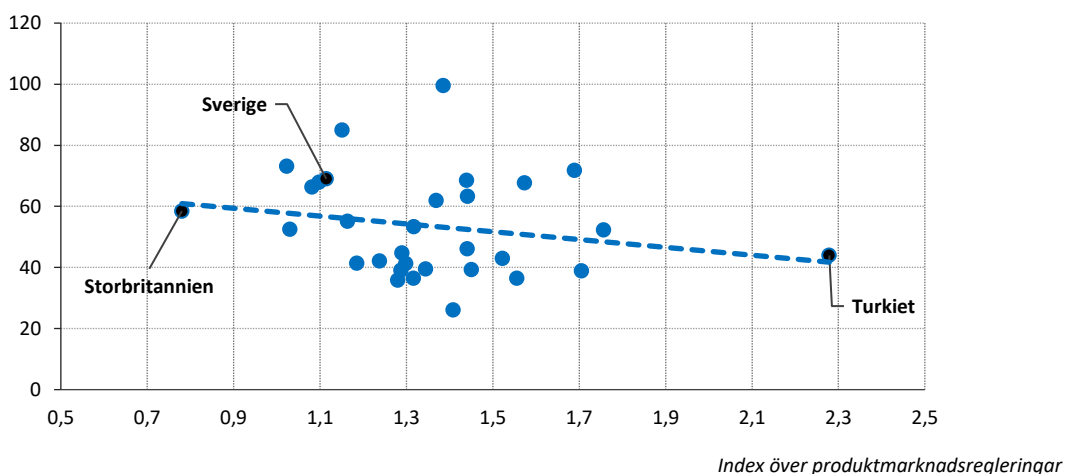
I detta avsnitt diskuteras hur marknadsregleringar påverkar effektiviteten samt exempel på när marknader omreglerats för att förbättra effektiviteten.

3.2.1 Konsekvenserna av marknadsregleringar

Marknadsregleringarnas betydelse för produktiviteten är märkbar även på en mycket aggregerad nivå. I Figur 8 visas sambandet mellan omfattningen av regler på produktmarknaderna i OECD-länderna och ländernas produktivitet.

Figuren är inte avsedd att fungera som ett vetenskapligt belägg. Syftet är istället att visa på att påståendet om att marknadsregleringar leder till lägre produktivitet även går att spåra på en hög aggregerad nivå och inte bara på enskilda marknader. Det figuren visar är en exemplifiering av huvudresultaten från den empiriska litteraturen i ämnet.⁴⁵

Figur 8: Regleringar på produktmarknaderna och produktivitet inom OECD
BNP per arbetad timme i USD, konstanta 2010 års priser och PPP-justerat



Not:
Källa: Lakeville baserat på (OECD, 2020 e) och (OECD, 2020 d)

Relativt få studier har jämfört den totala omfattningen av marknadsregleringar och hur detta påverkar tillväxten på landnivå. För Europa har sambandet visats vara tydliga där både mer reglering på såväl produkt- som arbetsmarknaderna har betydande negativa effekter på såväl tillväxten i BNP som produktivitet.⁴⁶ För USA

⁴⁵ OECD genomförde 2000 en omfattande genomgång av litteraturen kring effekter av marknadsregleringar (Gonenc, Maher, & Nicoletti, 2000)

⁴⁶ Se t.ex. (Koedijk & Kremers, 1996) och (Dutz & Hayri, 1999).

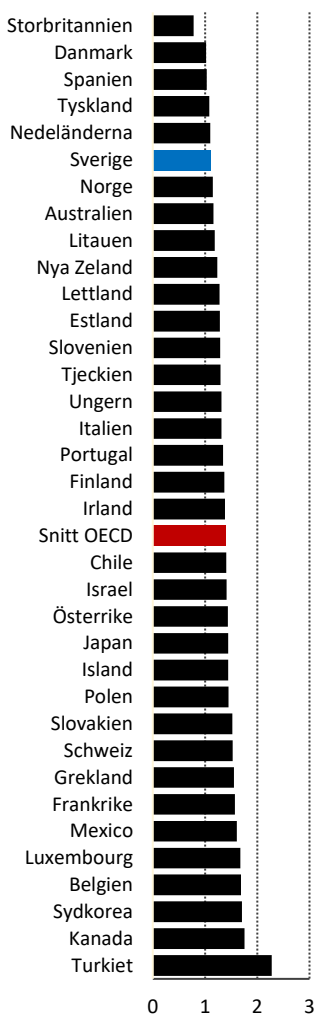
har de amerikanska marknadsregleringarna under perioden 1950 till 1992 uppskattats medföra att tillväxten dragits ned med 0,9 procentenheter årligen.⁴⁷

Marknadsregleringar omfattar även begränsningar inom internationella handel. Även inom detta område har ekonomier som är mer öppna för handel visat sig ha en bättre produktivitetsutveckling.⁴⁸

OECD:s värdering av omfattningen av marknadsregleringar i olika länder

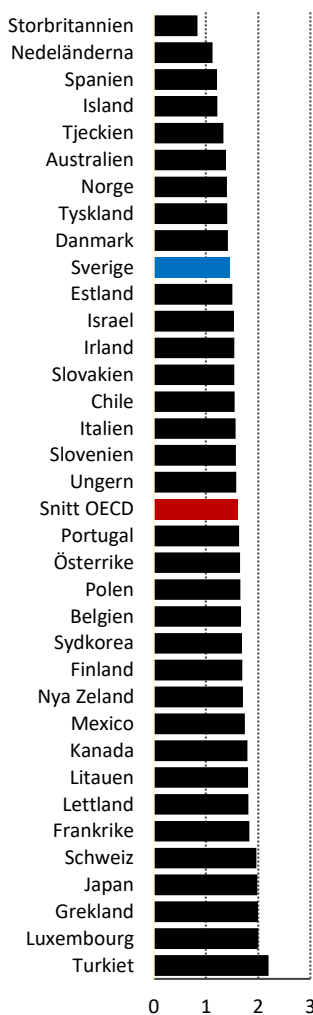
Figur 9: Samtliga indikatorer

PMR-poäng (Skala 0–6)



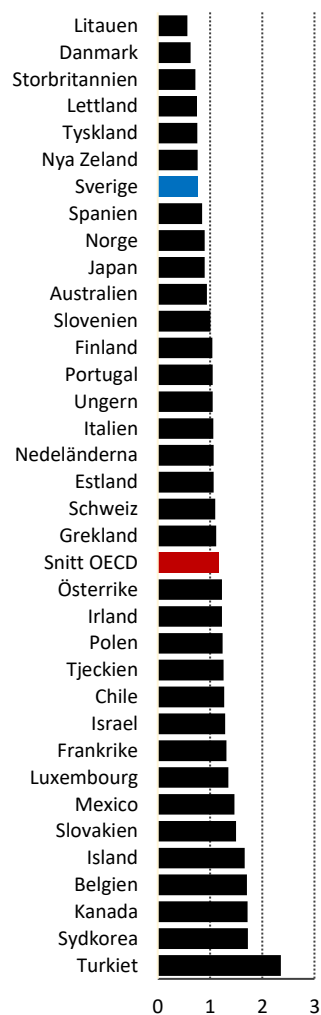
Figur 10: Till följd av statlig inblandning

PMR-poäng (Skala 0–6)



Figur 11: Till följd av inträdeshinder

PMR-poäng (Skala 0–6)



Not: Indexet för regleringar på produktmarknaden (PMR) mäter graden av hur statliga regleringar bidrar eller begränsar konkurrensen på produktmarknaderna. De kan delas upp i två huvuddelar. Snedvridningar på marknaden till följd av statlig inblandning samt hinder för inhemskt eller utländskt inträde på marknaden av nya företag. Skalan går från 0–6, där 0 representerar ett bästa idealt värde.

Källa: Lakeville baserat på (OECD, 2020 e).

⁴⁷ (Goff, 1996)

⁴⁸ (Edwards, 1998)

Det finns fler studier på hur specifika marknadsregleringar i olika länder påverkar konkurrensen och ländernas produktivitet. Det ligger utanför denna rapports räckvidd att gå igenom alla dessa. Men ett viktigt område som undersökts är hur byråkrati och regulatoriska inträdeshinder har negativa konsekvenser för marknaden som helhet.⁴⁹ Ett exempel på hur hindren skiljer sig mellan länder är att det 2012 tog 28 dagar att starta ett företag i Spanien, medan samma process enbart tog en dag i Nya Zeeland.⁵⁰ Sådana skillnader i regulatoriska förutsättningar skapar skillnader i kostnader och möjligheter att starta och driva företag mellan länderna. Sammanfattningsvis visar litteraturen på att större hinder att komma in på en marknad leder till färre nya företag, större företag på marknaden, lägre produktivitet, lägre investeringar och högre vinster för företagen.

OECD sammanställer ett stort antal regulatoriska faktorer som de menar påverkar konkurrensen och möjligheterna att driva företag för samtliga OECD-länder. I Figur 9 till Figur 11 återges hur marknadsregleringarna i olika länder totalt värderas påverka konkurrensen på produktmarknaderna. I Sverige bedöms omfattningen av marknadsregleringarna totalt vara relativt mindre än i de flesta andra OECD-länder. Detta gäller både avseende statens inblandning på marknaden och regelverk som begränsar möjligheterna att träda in på befintliga marknader.

Effekter av omregleringar på specifika marknader

Sedan 1970-talet har västvärlden genomgått en omfattande våg av marknadsomregleringar. Mycket stora omregleringar har skett av tidigare relativt strikt reglerade marknader såsom transportsektorn (flyg-, väg- och tågtransporter), telekom-, elmarknad och detaljhandel. De flesta marknader har även över tid sett en mer allmän våg av omregleringar som många gånger syftat till att förenkla och minska kostnaderna av att starta och driva företag. Syftet med omregleringarna kan i stora drag beskrivas som att förbättra tillväxten och välbästandet genom att skapa mer välfungerande marknader. Metoden har varit försöka öka konkurrensen på marknaderna genom enklare, mer ändamålsenliga och färre regler. Dessa vågor av omregleringar har medfört goda möjligheter att utvärdera om den förbättrade konkurrensen har medfört högre produktivitet och större välbästande.

Den empiriska litteraturen visar i stort sett entydigt på att omregleringarna har medfört de förväntade förbättringarna i produktivitet på marknaderna.⁵¹ Det är inte möjligt att inom ramen för denna rapport gå igenom hela denna litteratur. Ett exempel på omfattningen av produktivitetsförbättringarna och hur de kom till stånd är från den amerikanska telekom-sektorn. I spåren av omregleringarna på 1970-talet uppskattades att produktiviteten ökade med 18 procent till följd av ökad konkurrens under en tioårsperiod mellan 1977 och 1987.⁵² Huvuddelen av detta

⁴⁹ (Ciccone & Papaioannou, 2006), (Klapper, Laeven, & Rajan, 2006) och (Haidar, 2012)

⁵⁰ (Haidar, 2012)

⁵¹ Exempel på rapporter som sammanställer en stor mängd empiriska studier är (Gonenc, Maher, & Nicoletti, 2000), (Winston, 1998) och (Ahn, 2002)

⁵² (Kwoka, 1993)

verkar vara konsekvensen av att kapital flyttades från mindre effektiva till mer effektiva enheter och inte till följd av att produktiviteten i genomsnitt ökade på marknaden.⁵³ Denna omfördelning av kapital verkar dessutom ha möjliggjorts genom att nya företag tilläts etablera sig på telekom-marknaden.

3.2.2 Exempel på omregleringar i Sverige

Sverige har på samma sätt som många västeuropeiska länder under de senaste decennierna omreglerat och privatiserat en stor mängd marknader. Exempel är inrikesflyget, taximarknaden, tågtrafiken, apoteksmarknaden, bilprovningen och spelmarknaden.

Motiven till omregleringarna skiljer sig i detaljerna beroende på de olika marknadernas karaktäristika. På övergripande nivå kan motivet i stora drag sammanfattas som att man vill försöka skörda de positiva effekter som ökad konkurrens kan förväntas leda till. Exempel är att inrikesflyget omreglerades för att ge:⁵⁴

- Ökad valfrihet för konsumenterna.
- Konsistent trafikpolitik med likvärdiga förutsättningar för olika trafikutövare.
- Mera kundanpassade trafiksystem.
- Ökad effektivitet inom företagen.
- Ökad flexibilitet med möjlighet att öppna nya linjer och att snabbt kunna anpassa trafikutbudet till konsumenternas önskemål.

Samtliga mål kan ses som följer av att ett enklare och mer ändamålsenligt regelverk leder till högre konkurrens. På samma sätt kan även omregleringen av taximarknaden ha haft samma övergripande syfte, även om målen formulerades som:⁵⁵

- Öka taxis förutsättningar till en bättre service och tillgänglighet både geografiskt och över dygnet.
- Öka konkurrensen med rimliga priser.
- Effektivisera uppdrags- och beställarverksamheten.

⁵³ (Olley & Pakes, 1996)

⁵⁴ (Nilsson, 2012, s. 15)

⁵⁵ (Nilsson, 2012, s. 26)

- Pressa priserna för den offentliga upphandlingen av taxiresor, dvs. färdtjänst, skolskjutsar och dylikt.

Att utvärdera om en omreglering leder till att de politiskt uppsatta målen uppfylls och till ett förbättrat välbefinnande i samhället kan vara mycket svårt.

Hårt reglerade marknader kan leda till att priser, utbud och kvalitet skiljer sig kraftigt från vad en konkurrensutsatt marknad skulle leverera. Detta betyder att priset på en reglerad marknad kan vara betydligt lägre än på en konkurrensutsatt. Samtidigt kan detta komma på bekostnad av sämre utbud och lägre kvalitet. Det vill säga egenskaper som många konsumenterna är villiga att betala extra för. En politisk målsättning om att priserna ska vara oförändrade eller '*rimliga*' efter en omreglering av marknaden kan därför vara missriktad eftersom mer konkurrens, som beskrivits ovan, ska leda till en mer effektiv marknad. Det vill säga att samhällets resurser används mer effektivt och marknaderna levererar ett högre ekonomiskt överskott.

Den exakta prisnivån som en omreglering leder till är naturligtvis viktigt, men är i sammanhanget sekundärt. Beroende på hur marknaden är reglerad före en omreglering kan priset påverkas mer eller mindre och i olika riktning. Exakt hur och med hur mycket beror på hur mycket regelverket förskjutit marknaden från den situation som skulle nåtts om marknaden istället varit konkurrensutsatt. Att utvärdera om en omreglering är mer eller mindre framgångsrikt beroende på hur priset utvecklats efter reformen är därför vanskligt. Detta i synnerhet om ett lägre pris på en reglerad marknad kan misstänkas bero på sämre utbud och kvalitet. En omreglering kan i sådana fall mycket väl leda till att konkurrensen driver upp genomsnittspriset eftersom konsumenterna både kan och vill betala för större utbud och bättre kvalitet.

Effekterna av konkurrens uppkommer dessutom på sikt. För att göra en relevant utvärdering av en marknadsreform måste utvärderingen ske efter att tillräcklig tid passerat. Några av skälen för detta är att det tar tid för investeringar och arbetskraft att ställa om, för nya företag att etablera sig och för ineffektiva företag att slås ut eller ställa om. En annan viktig aspekt är att marknader som under lång tid varit hårt reglerade kan ha haft låg innovationstakt och att marknaden därför hamnat efter andra marknader att ta till sig nya allmänna och mer produktiva affärsmetoder.

Ett exempel på omreglering - Marknaden för besiktning av fordon

Den 1 juni 2010 tilläts privata företag att erbjuda bilbesiktning i Sverige. De politiskt uppsatta målen med att öppna marknaden för konkurrens var till stor del grundade i ekonomisk teori och empiri om hur konkurrens leder till positiva samhällseffekter:⁵⁶

- att främja ett rationellt och kostnadseffektivt besiktningsförfarande,
- att bidra till utveckling av ny kontrollmetodik,
- att bidra till rimliga priser för besiktningstjänster,
- att tillgängligheten till besiktningsmöjligheter även fortsättningsvis ska vara god i hela landet samt
- att ge kunderna valfrihet och möjlighet att påverka serviceutbudet.

Innan öppningen av marknaden karaktäriserades tjänsten bilprovning av att den utfördes av ett statligt ägt företag med ensamrätt att utföra tjänsterna och att priset på tjänsterna sattes av Transportstyrelsen i samråd med Ekonomistyrningsverket. Dvs. marknaden var både lagligt skyddat monopoliserad och prisreglerad. I och med omregleringen såldes delar av det statliga bolaget till privata aktörer och fri prissättning på tjänsten bilprovning tilläts.

Att utvärdera om de politiskt uppsatta målen har nåtts är mycket svårt eftersom målen i vissa fall är oprecist formulerade och i andra fall är svåra att mäta.

Det är t.ex. inte klart vad som avses med '*rimliga priser för besiktningstjänster*'. Detta kan tolkas som att priserna ska vara sådana att de återspeglar priset på en marknad med väl fungerande konkurrens. Givet att marknaden fungerar tillfredställande ur ett konkurrensperspektiv borde de priser som då gäller på marknaden även vara de mest '*rimliga*', oavsett nivå. Fungerar konkurrensen inte på marknaden kan man förvänta sig att priserna inte blir rimliga eftersom de antingen blir för låga alternativ för höga jämfört med det marknadsmässiga priset.

Det är dessutom mycket svårt att mäta om t.ex. '*kontrollmetodiken*' utvecklats bättre eller sämre pga. att marknaden numer är utsatt för konkurrens.

⁵⁶ (Nilsson, 2012)

Utöver detta skapar kombinationen av ensamrätt och prisreglering än större svårigheter. De tidigare avsnitten visade på att monopol, och då i synnerhet monopol som inte kan utmanas, har mycket små drivkrafter till innovation. Det statligt ägda Svensk Bilprovning AB var ett typexempel på ett sådant företag i och med att det hade ensamrätt. Det var legalt omöjligt att utmana företaget. Till detta ska läggas en prisreglering som innebär att all eventuell innovation varken ger fler kunder eller större intäkter. Innovation, utveckling eller organisatoriska förbättringar innebär i ett sådant läge enbart en kostnad utan någon potentiell intäkt.

Följaktligen kan man för det första förvänta sig att marknaden innan omregleringen led av mer eller mindre dålig service (för få besiktningstationer, dåliga öppettider, dåligt bemötande, dålig flexibilitet, dåliga bokningsmöjligheter mm). Konsekvensen av detta är att Svensk Bilprovning AB som monopolföretag med stor säkerhet inte kunde komma i närheten av allokativ effektivitet. Och detta enbart på grund av hur regelverket var utformat. Vad konsumenterna tyckte, tänkte och värderade blev pga. hur reglerna för verksamheten sattes upp i stort sett ointressant för företaget eftersom intäkterna var garanterade och bestämda av andra än de som ville besiktiga sin bil. Ett exempel på detta är att det troligtvis fanns konsumenter som var villiga att betala ett par hundralappar extra för att kunna besiktiga bilen på en lördag. Detta värde kunde företaget inte ta till sig på grund av prisregleringen. Lördagstider innebar därför bara en extra kostnad i form av övertidsersättning. Detta är ett tydligt exempel på att marknadsregleringen medförde allokativ ineffektivitet.

För det andra kan man förvänta sig att produktion av tjänsterna var ineffektiv (låg produktivitet i form av antal besiktningsman eller timme, höga kostnader för lokaler, onödig administration mm). Betydelsen av detta är att Svensk Bilprovning AB rimligtvis inte kunde förväntas nå en kostnadseffektiv produktion. Regelverket bidrog troligtvis istället till att företaget slösade med samhällets resurser eftersom besparingar som företaget eventuellt skulle kunna genomdriva inte kunde ge någon utdelning.

Vissa av dessa faktorer är svåra att mäta och andra mättes inte innan omregleringen. De visar dock på att ekonomiska utvärderingar av omregleringar kräver insikter i hur den nuvarande regleringen påverkar marknaden för att man ska kunna mäta de faktorer som är relevanta för en utvärdering.

En enkel ekonomisk värdering av omregleringen som bortser de politiskt uppsatta målen av omregleringen och som baseras i de utvärderingar och uppföljningar som genomförts ger att:

1. Antalet företag som konkurrerar på marknaden har ökat från ett till tio.⁵⁷
2. Konkurrensen har medfört att antalet stationer som genomför besiktningar har ökat från 196 till 533.⁵⁸ Antalet stationer har som minst fördubblats i samtliga län. Det större antalet stationer har medfört ett värde för den genomsnittliga konsumenten på cirka 100 kronor per år.⁵⁹
3. Konkurrensen har påverkat öppettiderna positivt.⁶⁰
4. Det reala snittpriset på marknaden har ökat med 35 procent för en besiktning av en personbil sedan 2010.⁶¹ Marknaden har dock sett till att priserna är differentierade och det är möjligt att hitta lägre priser på mindre attraktiva tider.
5. Konkurrensen kan ha bidragit till att en större andel får sin bil godkänd än tidigare.⁶²

Sammanfattningsvis verkar omregleringen i stora drag väl följa vad man kan förvänta sig. Fler företag på marknaden har i detta fall naturligtvis ökat konkurrensen. Och konkurrensutsättningen har tydligt bidragit positivt till utbudet och servicen. Fler aktörer, ökade öppettider och fler stationer har medfört att konsumenterna idag har betydligt större valmöjligheter än tidigare. Konsumenterna verkar dessutom ha svarat positivt på detta ökade utbud och accepterat att betala de högre kostnader fler stationer och generösare öppettider innebär. Eftersom flera relevanta variabler inte uppmätts är det svårt att värdera med hur mycket både den allokativa effektiviteten och produktionseffektiviteten förbättrats.

⁵⁷ (Transportstyrelsen, 2020, s. 9)

⁵⁸ (Transportstyrelsen, 2020, s. 35)

⁵⁹ (Habte, 2018)

⁶⁰ (Habte, 2018)

⁶¹ Priset före omregleringen var 320 kronor för att besiktiga en personbil. Inklusiv inflation hade snittpriset ökat till 476 kronor 2019.

⁶² (Habte, 2018)

3.3 Sammanfattande iakttagelser om konkurrensens ekonomiska bidrag

Det är svårt att mäta de positiva effekterna av konkurrens och tydligt visa på vilka vinster i kronor och ören som konkurrens ger upphov till här och nu för en enskild individ. Konkurrenten verkar på lång sikt och bidrar till tillväxt och välbefinnande i flera steg och via olika vägar.

Sammanfattningsvis visar ekonomisk teori och empiri på att konkurrens leder till följande:

1. **Konkurrens driver innovation:** Ur ett teoretiskt perspektiv är det inte klarlagt att konkurrens alltid leder till mer innovation. Den empiriska litteraturen visar dock i stort på att mer konkurrens på en marknad även leder till mer innovation.
1. **Konkurrens bidrar på sikt till tillväxt och välbefinnande:** Förstärkt konkurrens på en marknad kan bidra till tillväxt på två sätt:
 - a **Konkurrens effektiviserar marknaderna:** Genom att en marknad blir mer effektiv frigörs resurser som kan användas till annan verksamhet. Detta bidrar till en temporär tillväxt när marknaden effektiviseras och till ett högre välbefinnande.
 - b **Konkurrens skapar drivkrafter till innovation som i sin tur leder till produktivitetshöjningar:** Innovation är en av de fundamentala förutsättningarna för tillväxt. Genom mer produktiva metoder frigörs resurser till att användas till annan verksamhet.
2. **De positiva effekterna av konkurrens tillfaller till största del konsumenterna på sikt.** De empiriska studierna bekräftar bilden av att konsumenterna skördar vinsterna av konkurrens. Innovativa företag kan endast till en mindre del behålla vinsterna av sina investeringar. På sikt bidrar konkurrens till att företag försöker göra extra vinster genom innovation. Samtidigt leder konkurrens till att dessa vinster konkurreras bort när andra företag försöker komma ikapp.
3. **Många, komplicerade och icke-ändamålsenliga regleringar leder till sämre konkurrens och därmed till lägre tillväxt och välbefinnande:** Empiri visar att de regelverk som skapar onödiga kostnader, försvårar verksamheten eller förhindrar handel leder till dödviktsförluster för samhället. Detta tar sig uttryck som lägre tillväxt och lägre välbefinnande.
4. **Öppenhet för internationell handel leder till högre konkurrens, men även till högre tillväxt och välbefinnande:** Empiri visar att konkurrens från utländska företag på sikt är positivt för produktiviteten i de konkurrensutsatta branscherna. Utländsk konkurrens kan dock på kort sikt leda till betydande temporära omställningskostnader.

4 När konkurrensen behöver hjälp på vägen

I de två föregående kapitlen har utgångspunkten till största del varit att marknaderna fungerar väl på egen hand. I praktiken kräver de flesta marknader någon typ av grundläggande reglering för att säkra att konkurrensen på marknaderna ska fungera tillfredställande. Exempel är Aktiebolagslagen som bl.a. avser att reglera hur företag sköter sina formella åtaganden och fungerar som en grund för att reglera förhållandet mellan ägare, styrelse och verkställande direktör. Andra delar avser att ge legalt skydd för konsumenterna och reglera konsumenternas rättigheter såsom Konsumentköplagen. Utöver detta finns förordningar och föreskrifter som ofta med stor detaljrikedom sätter upp ramar för konkurrensen på enskilda marknader.

På vissa moderna internationella marknader ställs dessutom många gånger mycket höga krav på att viktiga institutionella inrättningar och regelverk finns på plats och fungerar väl för att handel överhuvudtaget ska gå att genomföra på ett relevant och säkert sätt. Exempel är regler för kärnbränslemarknaden eller de internationella finansiella marknaderna som t.ex. avser skydda samhället från mycket negativa oönskade effekter eller förhindra kriminalitet.

Det finns även marknader där särskilda egenskaper hos agenterna, varan, tjänsten, produktionen eller konsumtionen påverkar marknadsutfallet. Sådana egenskaper kan innebära att konkurrens inte fullt ut kan generera de positiva konsekvenser som beskrivits i föregående kapitel. På marknader med sådana s.k. marknadsmislyckanden kan en väl utformad reglering medföra att marknaden kan leverera ett högre ekonomiskt bidrag.

Utöver detta innebär konkurrens en omvandling av marknaderna över tid. Detta kan leda till stora kostnader för individer och samhälle på kort sikt när en marknad genomgår en strukturomvandling. Omvandlingstrycket kan komma från internationell konkurrens, vilket ofta leder till krav på åtgärder för att skydda inhemsk sysselsättning.

I detta kapitel diskuteras närmare vad staten kan bidra med genom reglering, stöd och interventioner på marknaderna och under vilka villkor detta förbättrar det ekonomiska utfallet.

4.1 Marknadsmisslyckanden och statlig intervention

Det första välfärdsteoremet säkerställer att konkurrens leder till effektiva marknader. Marknader som inte är effektiva betraktas normalt som resultatet av marknadsmisslyckanden där något eller flera av de nödvändiga villkoren inte är uppfyllda och därför står i vägen för ett effektivt utfall.

Om en marknad kan betraktas som effektiv är viktigt. Om marknaden är effektiv innebär detta att det enda skälet för staten att ingripa är om man vill fördela om samhällets resurser. Om marknaden kan klassas som ineffektiv finns det en potential att förbättra välbefindandet i samhället genom en väl utformad marknadsreglering. Det andra skälet är dock inte ett argument för att staten i alla lägen kan eller bör reglera marknaden bara för att det finns en potential.

I detta avsnitt beskrivs ett begränsat antal fall av marknadsmisslyckanden, hur de påverkar effektiviteten på marknaderna och vilka möjligheter staten har att ingripa för att förbättra utfallet och när statliga ingripanden istället kan förvärra utfallet.

4.1.1 Externa effekter

Externa effekter beskriver hur ekonomiska aktiviteter hos en aktör påverkar andra, till det bättre eller sämre. Några klassiska exempel är buller, utsläpp och trängsel.

Hur drabbar externa effekter effektiviteten på marknaden

Kostnaderna som de externa effekterna ger upphov till inkluderas inte när priset på varan eller tjänsten sätts och ersätts därför inte. Det vill säga kostnaden internaliseras varken i konsumentens eller producentens val av hur mycket som ska konsumeras eller produceras. Om de externa effekterna är betydande uppkommer ett samhällsproblem där marknaden blir ineffektiv när fler eller färre varor produceras än vad som är samhällsekonomiskt effektivt.

Utsläpp av växthusgaser är ett globalt exempel på en negativ extern effekt. Tidigare baserade företag enbart sina beslut på sina egna direkta kostnader utan hänsyn till andra som drabbades av indirekt kostnader till följd av utsläppen. Företagets kostnader är således lägre än samhällets.

Externa kostnader är snarare ett symptom på att marknaden inte fungerar effektivt än själva grundproblemet. Dåligt definierade äganderätter är en grundläggande orsak. För vissa saker är det enkelt att tilldela äganderätter såsom objekt, land, pengar. För andra saker är det mycket svårare att tilldela äganderätter såsom luft, eller vatten. Detta innebär att marknader kan använda sådana resurser utan kostnad, vilket leder till en negativ extern kostnad. En annan orsak kan vara transaktionskostnader, vilket diskuteras närmare nedan.

Hur kan staten bidra till att förbättra effektiviteten?

Den brittiske ekonomen Arthur Pigou föreslog som lösning på utsläppsproblemet att staten skulle beskatta utsläpp motsvarande det belopp som de kostade andra.⁶³ En sådan s.k. Pigou-skatt inkluderar då även samhällets övriga kostnader och leder till en effektiv marknad. Omvänt kan staten subventionera aktiviteter som leder till positiva effekter på andra.

Att staten nödvändigtvis måste ingripa via skatter för att lösa problemen med externa effekter har kritiserats av bl.a. den brittiske ekonomen Ronald Coase.⁶⁴ Coase visade att om transaktionskostnaderna var låga är en marknadslösning möjlig genom att parterna förhandlar, och detta oberoende av vem av parterna som har äganderätten.⁶⁵ Denna insikt innebär att staten istället för skatter i vissa fall kan bidra till att lösa problemet genom att hålla ned transaktionskostnaderna i ekonomin samt säkra äganderätten.

4.1.2 Kollektiva varor

Varor och tjänster som har egenskapen att en persons konsumtion förhindrar andra att konsumera varan och tjänsten kallas rivaliserande. Exempel på rivaliserande varor är mat och kläder där konsumtionen utesluter andras konsumtion. Ett exempel på en icke-rivaliserande tjänst är teater, dvs. personerna i publiken hindrar inte varandra från att till fullo ta del av pjäsen.

Varor och tjänster som har egenskapen att säljaren kan utesluta att andra än betalande kunder kan konsumera varan kallas exkluderande. Exempel är återigen mat och kläder som således är varor som både är rivaliserande och exkluderande. Exempel på varor som inte är exkluderande är gemensamma naturresurser som svamp, bär eller fisk och gemensamma nyttigheter som fyrar eller gatubelysning.

Den amerikanske ekonomen Paul A. Samuelsson anses vara den som formaliserade beskrivningen av varor och tjänster som varken är rivaliserande eller exkluderande, s.k. kollektiva varor.⁶⁶

Hur drabbar kollektiva varor effektiviteten på marknaden

Med kollektiva varor och tjänster följer att varorna eller tjänsterna över- eller underkonsumeras på en konkurrensutsatt marknad i förhållande till vad som är samhällsekoniskt mest effektivt.

⁶³ (Pigou, 1920)

⁶⁴ (Coase, 1960)

⁶⁵ Coase ideer formaliserades senare av andra ekonomer till vad som kallas Coase-teoremet. Detta har medfört att även andra krav måste ställas för att en förhandling mellan parterna i praktiken ska vara möjlig, t.ex. att osäkerheten om utfallet måste var låg eller att parterna har symmetrisk information.

⁶⁶ (Samuelson, The Pure Theory of Public Expenditure, 1954)

I och med att företagen inte kan förhindra icke-betalande konsumenter att ta del av den kollektiva varan, t.ex. gatubelysning, blir det svårt eller omöjligt för företaget att täcka sina kostnader. Den kollektiva varan kommer därför inte produceras alls alternativt i mindre mängd än vad konsumenternas betalningsvilja egentligen ger uttryck för.

Med icke-rivalitet följer att när den kollektiva varan väl är producerad är kostnaden att en ytterligare konsument tar del av tjänsten noll eller mycket liten, exempelvis kollektivtrafik. Ur ett samhällsekonomiskt perspektiv bör därför alla som vill ta del av tjänsten därför även erbjudas ta del av den gratis eller till som mest den extra kostnaden av att en ytterligare konsument inkluderas. Det är dock svårt att få kostnadstäckning för detta på en konkurrensutsatt marknad, vilket leder till att den kollektiva varan produceras i mindre mängd än vad som är samhällsekonomiskt önskvärt.

Hur kan staten bidra till att förbättra effektiviteten?

Ur ett teoretiskt perspektiv är det möjligt att uppnå ett effektivt utfall med kollektiva varor om konsumenterna kan fås att betala sin marginella värdering av den kollektiva varan.⁶⁷ Det dock svårt att få individer att avslöja sin betalningsvilja om ingen konkurrensutsatt marknad existerar. I praktiken står därför staten inför två svåra problem vad gäller kollektiva varor: att de enbart kan använda sig av sekundära metoder som inte kan förväntas att fullt ut kan lösa effektivitetsproblemet och att försöka uppskatta vilken mängd av den kollektiva varan som bäst tillgodoser konsumenternas önskemål.

Det finns en stor mängd olika åtgärder som staten kan vidta för att försöka komma tillrätta med problemen med kollektiva varor. Via skattefinansiering kan staten producera varan i egenregi, de kan subventionera eller ge företag skattelättnader eller via lagstiftning.

Det finns även exempel på icke-statliga lösningar på problemen. En ofta använd metod är att slå samman den kollektiva varan med marknadsföring, exempel är radio, tv-sändningar eller streamingtjänster. Andra exempel som kan underlätta finansieringen av kollektiva varor är donationer eller bidrag.

⁶⁷ Denna värdering är det s.k. Lindahl-priset (Hammond, 1998).

4.1.3 Transaktionskostnader

Transaktionskostnader är extra kostnader, utöver produktionskostnader, för att genomföra ekonomiska transaktioner på marknaderna. De delas normalt upp i tre kategorier.⁶⁸ Sök- och informationskostnader för att köpare och säljare ska hitta varandra på marknaden. Avtalskostnader för komma överens om vilka villkor som ska gälla för den ekonomiska transaktionen. Samt kostnader för att kontrollera och upprätthålla ingångna avtal. Förenklat kan transaktionskostnader betraktas som de kostnader som krävs för att organisera marknaderna på ett sådant sätt att de kan fungera.⁶⁹ Ett sätt att se på dessa kostnader är att de beror på att aktörerna på marknaden har asymmetrisk information om varan eller motparten. Det vill säga alla aktörer måste lägga resurser att säkra att man i slutändan får vad man vill ha till avtalat pris.

Hur drabbar transaktionskostnader effektiviteten på marknaden

Transaktionskostnader innebär rent tekniskt att det introduceras en kil mellan konsumenternas värdering av varor och tjänster och företagens priser. Detta leder till att varan eller tjänsten handlas i mindre utsträckning än vad som skulle vara fallet utan sådana kostnader, dvs. till en lägre ineffektiv nivå. Med högre transaktionskostnader följer att marknaden blir allt mindre effektiv. I värsta fall kan transaktionskostnaderna vara så pass stora att de omöjliggör existensen av en marknad.

Hur kan staten bidra till att förbättra effektiviteten?

Den amerikanske ekonomen Douglass C. North pekar på att transaktionskostnader till största del bestäms av samhällets institutioner. Med institutioner avses bl.a. organisationer, marknader och företag, men även normer och regler som styr människors agerande.⁷⁰

För att begränsa transaktionskostnadernas negativa effekter är därför väl fungerande institutioner ett viktigt instrument för att minska transaktionskostnaderna och en väg till högre effektivitet och tillväxt. Några exempel är samhällsstrukturer, informationstekniker eller normer som straffar beteenden som ökar transaktionskostnaderna. Omvänt kan staten uppmuntra till beteenden som minskar transaktionskostnaderna genom lagstiftning, rättsväsende eller myndighetsutövning. Detta för att minska både risken och osäkerheten att göra affärer.

⁶⁸ (Dahlman, 1979)

⁶⁹ (Arrow, 1969)

⁷⁰ (North, 1991)

Statens försök att komma till rätta med marknadsmisslyckanden inkluderar ofta i sig att ytterligare transaktionskostnader tillkommer. Ett exempel är om en kollektiv vara, t.ex. kollektivtrafik, finansieras via skatter. Skatten som tas ut kan ses som en transaktionskostnad på den marknad som den tas ut, exempelvis arbetsmarknaden. Skatter för att kompensera för externa effekter, t.ex. på alkohol, tobak eller koldioxid kan leda till s.k. läckage där konsumenterna och producenterna istället köper sina produkter utomlands där dessa skatter är lägre. För att förhindra detta måste staten vidta ytterligare åtgärder, vilket kommer med än mer transaktionskostnader. Det vill säga marknadskrafterna kan komma att bidra till att statens försök att komma tillrätta med problemen på marknaden gör problemen än värre, exempelvis genom skatteflykt.

Det är således avgörande att värderingen av statens möjligheter att förbättra utfallet på en marknad med ett marknadsmisslyckande ställs i relation till hur konsumenterna och producenterna reagerar på åtgärderna. Det kan mycket väl vara så att värdet av att försöka komma till rätta med ineffektiviteten på marknaden understiger kostnaderna av att reglera.

4.1.4 Begränsad rationalitet och information

Den grundläggande teoretiska beskrivningen av människan som rationell, självisk och maximerande har under de senaste decennierna genomgått en fundamental förändring. Ursprunget till denna förändring var den amerikanske ekonomen Herbert A. Simons introduktion av det alternativa begreppet *begränsad rationalitet* för att beskriva människor som ekonomiska beslutsfattare. Simon menade att människor är individer med begränsade möjligheter att fatta välgrundade, rationella beslut och lösa komplexa problem eftersom de har begränsade resurser vad gäller t.ex. tid eller kognitiv förmåga. De beslut som människor tar ska därför snarare ses som resultatet av en process för att nå ett acceptabelt utfall än ett rationellt övervägande för att nå ett optimalt eller maximalt utfall.⁷¹

Simons teoretiska beskrivning bekräftas av en växande mängd empiriska exempel där människor visas göra ekonomiska val som inte uppfyller kraven för att klassas vara rationella. Studierna visar på att många avvikelser från det förväntade ekonomiska beteendet inte bara är resultatet av slumpen eller enstaka individers missbedömningar. Istället framkommer att det ekonomiska beteendet många gånger systematiskt avviker från vad som kan förväntas enligt de traditionella ekonomiska teorierna.⁷²

⁷¹ (Simon, 1955)

⁷² (Kahneman & Tversky, 2000)

Exempel på begränsad rationalitet

Det finns en stor mängd exempel på begränsningar i människors rationalitet. Några tidiga dokumenterade exempel är *referensberoende*, *förlustaversion* och *ägandebias* som alla mer eller mindre hänger samman med varandra.⁷³

Med referensberoende avses att en individs värdering även är beroende av en ursprunglig referenspunkt för vad som anses vara ett acceptabelt utfall. Denna referenspunkt kan ta sin utgångspunkt i status quo, tidigare upplevelser eller allmänt kända fakta. Utifrån detta perspektiv kan individens beslut därför påverkas av om utfallet upplevs som bättre eller sämre än referenspunkten. Detta i stark kontrast till en rent maximerande beteende som ignorerar status quo eller tidigare upplevelser.

Förlustaversion beskriver tendensen hos människor att värdera förluster i högre grad än vinster. Detta tar sig uttryck som att människor kan visas vara villiga att ta större risker för att undvika en given förlust jämfört med en lika stor vinst. Förlustaversion hänger även samman med ägandebias som visar på människors tendens att värdera objekt som de äger högre än exakt samma objekt som de inte äger. Detta visar sig som att individers betalningsvilja för att köpa ett objekt är lägre än vad de är villiga att sälja samma objekt för. Andra exempel på begränsad rationalitet är kortsynthet, överoptimism, bekräftelsebias eller överförtroende.

Konsekvenserna av begränsad rationalitet

Följden av begränsad rationalitet är att individer inte kan sägas uppfylla villkoren för att bete sig rationellt i alla situationer. Detta innebär att människors beteende inte nödvändigtvis uppfyller kraven för att konkurrens ska leda till paretoeffektivitet. Utfallet på marknaderna kan då till viss del avvika från vad som kan förväntats om individerna fattat beslut i linje med den rationella beslutsmodellen. Staten kan svara på sådana avvikelser från rationalitet genom olika regleringar. Exempel är förbud mot eller begränsningar av skadliga varor, informationskrav eller regler som tillåter konsumenterna att ångra sina köp.

Begränsad information

Ett av kraven för att säkra full konkurrens på marknaden var alla som agerar på marknaden har full information, t.ex. vet vilka priser som gäller. Detta krav behöver inte nödvändigtvis vara uppfyllt och staten kan vidta åtgärder för att viss viktig information alltid finns tillgänglig, exempelvis krav på jämförelsepriser eller innehållsförteckningar. I idealfallet påverkar sådana åtgärder konkurrensen på marknaden i positiv riktning. Det finns samtidigt risker.⁷⁴ Exempelvis att jämförelsepriser gör det enklare för företagen att koordinera sina priser. En reglering kan även förbättra enbart vissa produktvillkor samtidigt som andra

⁷³ (Kahneman & Tversky, 1979)

⁷⁴ (Östling, 2017)

försämrar. Krav som gör konsumenten mer välinformerad med avseende på den rörliga priskomponenten, kan innebära att företaget höjer den fasta priskomponenten. Sådana utfall är särskilt riskabla i marknader där konsumenter inte är priskänsliga. Regleringar kan alltså, förutom att öka konkurrensen, också leda till reducerad konkurrens eller att producenterna ändrar sina villkor på ett sätt som staten inte nödvändigtvis förutser.

Statlig paternalism och libertariansk paternalism

Sammantaget leder detta till frågan om staten kan och bör korrigera för dessa snedvridningar i beteende på grund av begränsad rationalitet och begränsad information och i så fall hur. Enbart tanken att staten bör ingripa och korrigera individuella beslut som bara drabbar personen själv har väckt en diskussion om statlig paternalism och om staten överhuvudtaget kan bidra till ett bättre utfall.

En huvudinvändning är att statliga ingripanden i dessa fall innebär att statens uppfattning om vad som är bäst för individen ges företräde framför individens faktiska val. Detta har två problematiska följder. Det första är hur staten kan veta att individens beslut är orsakat av begränsad rationalitet eller information och inte är ett uttryck av ett rationellt övervägande. Det andra är att staten tar på sig ansvaret att definiera vad som är bäst för individen, och vad som är bäst för individen blir då en offentlig och politisk fråga. Om staten ges mandat att klassa vissa konsumtionsval som resultatet av felaktiga beslut kan detta även leda till att staten klassar andra beteenden som felaktiga på liknande grunder.

Detta öppnar även för en diskussion om inte staten kan sägas lida av begränsad information och rationalitet på samma sätt som individer. Om så är fallet kan resultatet bli att staten justerar medborgarnas val på ett sådant sätt att det snarare förvärrar utfallet än förbättrar. Politisk populism eller avsaknad av incitament hos tjänstemän att fatta samhällskorrekta beslut är exempel på problem som riskerar att statliga åtgärder leder fel.⁷⁵

Denna diskussion har medfört att rekommendationerna inom området är försiktiga. Både vad gäller vilka åtgärder staten bör vidta och hur dessa bör utformas. En mer accepterad inriktning är att främst försöka utöka individernas valmöjligheter och underlätta för individen att fatta korrekta beslut på egen hand. Denna s.k. libertarianska paternalism förespråkar statliga ingripanden som kan förbättra utfallet av individens val utan att detta begränsar individens valmöjligheter.⁷⁶

⁷⁵ (Glaeser, 2006)

⁷⁶ (Sunstein & Thaler, 2003)

Nudging är en sådan teknik som avser att puffa konsumenterna i riktning mot bättre konsumtionsval.⁷⁷ Detta sker bl.a. i form av att ändra beslutsarkitekturen för individen eller genom hur information framställs. En annan teknik är att förse konsumenterna med möjliga bindningsteknologier där individen på förhand beslutar sig för att låsa fast ett viss beteende, t.ex. via en sparplan över tid. Båda teknikerna syftar till att inte drabba individer som agerar rationellt och med full information, samtidigt som individer som gör systematiska felslut kan hjälpas till att fatta beslut som förbättrar deras välfärd.

4.2 Konkurrens, strukturuomvandling och konkurrenskraft

Konkurrens leder obevekligen till att etablerade företag förstörs och går under, medan nya växer fram. Genom denna kreativa förstörelse kommer nya mer produktiva företag in på marknaden och erbjuder nya, bättre och billigare produkter. Detta är en del av förutsättningarna för tillväxt och förbättrat välfärd.

Konkurrensen har med tiden blivit allt mer global och har accelererat i och med digitaliseringen. Sverige har historiskt drabbats av hård internationell konkurrens som medfört att tidigare blomstrande svenska företag och svensk industri som inte klarat att lägga om sin produktion förlorat sin konkurrenskraft och slagits ut. I tiden närliggande exempel är den svenska textilindustrin som slogs ut med början på 1950-talet, varvsindustrin med början på 1960-talet, och SAAB Automobile som gick i konkurs 2012 efter att företaget under lång tid inte lyckats anpassa sina bilar till kundernas efterfrågan. Med utslagningarna följde att investerat kapital gick förlorat och att anställda förlorade sina arbeten. Eftersom företagen var stora och industrierna ofta var lokaliserade i geografiska kluster drabbades vissa svenska regioner synnerligen hårt.

I tillägg till detta tillämpas internationellt i olika grad av utsträckning mindre hårda konkurrenslagstiftningar kombinerat med olika typer av statliga stöd till globalt verksamma storföretag. Detta leder till en snedvridning av konkurrensen där vissa länders företag gynnas. Sådana statliga stöd kan leda till att branscher och industrier i länder som inte tillämpar stöden växer långsammare, förlorar marknadsandelar eller i värsta fall behöver läggas ned.

Hård internationell konkurrens och snedvridande stöd från konkurrerande länder leder ofta till krav på skyddsåtgärder och/eller bistånd för att upprätthålla de inhemska företagens s.k. konkurrenskraft. I detta sammanhang är det viktigt att skilja på de underliggande orsakerna till att inhemska företag har svårt att hävda sig: legitima välskötta innovativa utländska företag som pressar sina konkurrenter med låga priser eller konkurrens från utländska företag som får statliga stöd.

⁷⁷ En introduktion till nudging återfinns i den populärvetenskapliga boken "Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness" (Sunstein & Thaler, 2008)

I det första fallet kan åtgärder för att försöka skydda de drabbade inhemska företagen få långtgående negativa konsekvenser för både konkurrensen och ekonomin som helhet som överstiger åtgärdernas eventuella fördelar. Detta diskuteras i avsnitt 4.2.1.

I det andra fallet är problemet att konkurrensen är snedvriden på en internationell nivå. Detta diskuteras i avsnitt 4.2.2.

4.2.1 Konkurrens och strukturomvandling

Huvudsyftet med konkurrens är att skapa så stora värden som möjligt för konsumenterna på sikt på det sätt som beskrivits i tidigare kapitel. Samhället och politiken har även andra mål än ren konsumentnytta. Staten kan även vilja försöka upprätthålla en hög sysselsättning, säkra företagens avkastning eller försöka nå mer kortsiktiga konjunkturella mål för att stabilisera ekonomin.

Det finns en stor mängd ekonomiska styrmedel tillgängliga för att nå dessa alternativa mål. Vissa innebär att man försöker upprätthålla nuvarande strukturer genom att begränsa den internationella konkurrensen. Exempel är handelshinder som tullavgifter eller importkvoter. Andra exempel är statliga stöd som skattelättnader eller direkta bidrag. Sådana konkurrensbegränsande åtgärder har betydande potentiella negativa effekter på samhällsekonomin.

Staten måste agera domare istället för konsumenterna

Hur marknader, efterfrågan och utbudet utvecklas i framtiden är mycket svårt att veta. Nya innovationer kan på mycket kort tid förändra villkoren och göra tidigare lönsamma branscher och produkter olönsamma, ett exempel är mobiltelefonen som konstant utvecklats sedan den allmänna introduktionen på 1980-talet. Detta gör det mycket svårt för staten att veta vilka företag, branscher eller industrier som bör stötts för att klara sig i framtiden. Detta problem accentueras dels av digitaliseringen som höjt innovationstakten dels den ökade globala handeln med ökade möjligheter att snabbt byta leverantörer. En tjänst, ett företag eller till och med en hel bransch kan således vara obsolet på mycket kort tid. Förenklat kan detta beskrivas som att staten, istället för konsumenterna och marknaderna, ska välja vilka företag, branscher och industrier som de tror ska vara framgångsrika även i framtiden.

Företagen som får stöd riskerar hamna efter i konkurrensen

Statliga stöd som minskar den internationella konkurrensen riskerar även leda till att de inhemska företagen blir mindre innovativa, inte ta till sig ny teknik, höja inträdeskostnaderna för nya nya bolag och begränsa den utmanande faktorn som möjligheten av nya företag innebär. De inhemska företagen riskerar dessutom att hamna efter konkurrerande utländska företag som utan liknande stöd tvingas anpassa sig till de nya villkoren och ställa om. Detta kan i värsta fall skapa s.k.

zombieföretag, dvs. finansiellt svaga företag med låg produktivitetsutveckling.⁷⁸ Sådana företag överlever inte utan stöd en strukturomvandling på en välfungerande och konkurrensutsatt marknad. Det har även visat sig att zombieföretag försämrar effektiviteten av andra statliga åtgärder för att motverka de negativa ekonomiska effekterna av t.ex. en ekonomisk kris.⁷⁹

Finansieringen kan leda till försämrad konkurrenskraft hos andra företag

De resurser som används för att stödja svaga företag måste hämtas från andra delar av ekonomin. Detta kan ske på en stor mängd sätt, t.ex. genom att beskatta arbetsmarknaden generellt eller genom bolagsskatter. Effekten är generellt att andra mer effektiva marknader behöver ge upp resurser för att stötta mindre effektiva. Beroende på hur och varifrån resurserna hämtas påverkas således andra marknader, sektorer eller branscher, I värsta fall drabbas dessa av en försämrad internationell konkurrenskraft till följd av ett högre kostnadsläge.

Faktormarknaderna snedvrids och blir mindre effektiva

Ytterligare en negativ effekt är att statliga stöd till en ineffektiv marknad är kapital och arbete blir inlåsta i mindre produktiva och mindre lönsamma branscher. Följden är att både kapitalet och arbetskraften används ineffektivt eftersom dessa resurser skulle kunna användas med högre avkastning inom andra sektorer i ekonomin. Utöver detta har försämrad konkurrens på produktmarknaden negativa effekter på arbetsmarknaden. Detta genom att sådana marknader riskerar drabbas av högre löner,⁸⁰ högre löneökningar⁸¹ och lägre sysselsättning⁸² än ekonomin i övrigt.

De sammantagna effekterna kan förväntas leda till lägre tillväxt och välbefinnande

Statliga åtgärder som försöker stödja företag, branscher eller marknader genom att begränsa konkurrensen riskerar således leda till betydande negativa konsekvenser för ekonomin som helhet. Dessa speglar i hög grad motsatsen till de positiva effekter som ökad konkurrens och minskad marknadsreglering leder till som diskuterats ovan. Statliga åtgärder som begränsar konkurrensen för att hindra eller fördröja t.ex. strukturomvandlingar riskerar därför leda till lägre tillväxt och lägre ekonomiskt välbefinnande.

⁷⁸ (Cella, 2020)

⁷⁹ Se t.ex. (Caballero, Hoshi, & Kashyap, 2008) eller (McGowan, Andrews, & Millot, 2018)

⁸⁰ (Nickell, Vainiomaki, & Wadhvani, Wages and Product Market Power, 1994)

⁸¹ (Nickell, Nicolitsas, & Dryden, 1997)

⁸² (Nicoletti, et al., 2001)

Staten har andra möjligheter att nå de alternativa målen

Staten har andra möjligheter att underlätta för inhemska företag att möta hård internationell konkurrens och bistå företag som genomgår en strukturomvandling. Dessa utgår mer eller mindre från att marknaderna själva har en inneboende kraft att anpassa sig till nya villkor. De statliga åtgärderna handlar då om att underlätta övergången från äldre strukturer till nya.

Det ligger utanför denna rapport att heltäckande redogöra för sådana åtgärder. Viktiga delar är att faktormarknaderna är väl fungerande. Det vill säga att kapital och arbetskraft på ett så enkelt sätt som möjligt kan ställa om och flytta till nya och mer lönsamma företag, sektorer eller marknader. För arbetsmarknaden handlar detta bl.a. om att säkra arbetskraftens utbildning så att den enkelt kan byta arbetsuppgifter, underlätta omställningen till nya arbeten och bidra till matchningen mellan arbetstagare och arbetsgivare. För kapitalmarknaderna innebär detta bl.a. att investeringsresurser på ett smidigt sätt kan nå nya och växande småföretag.

4.2.2 Konkurrenskraft på konkurrensens bekostnad

I och med Sveriges medlemskap i EU och tillgång till EU:s inre marknaden har mycket av målkonflikterna som tidigare var inhemska höjts upp till EU-nivå. Problematiken för EU har exempelvis framställts som att USA och Kina stöder sina globala storbolag för att förbättra deras internationella konkurrenskraft och ta marknadsandelar på EU:s bekostnad.⁸³ Detta anses ha medfört att inget av de 25 högst värderade bolagen i världen är från EU. Av de 25 största bolagen är 16 från USA och fyra från Kina.⁸⁴ Samtidigt har USA under president Donald Trump anklagat Kina för att subventionera sina exportföretag och försämra amerikanska företags konkurrenskraft.

Konkurrenskraft genom försämrade konkurrensens

Den politiska motiveringen för att vidta åtgärder för att förbättra ett lands internationella konkurrenskraft kan förenklat beskrivas som: förbättrad konkurrenskraft ger landets företag bättre villkor och möjligheter till högre lönsamhet i jämförelse med företag i andra länder. Genom ett förstärkt inhemskt näringsliv kan nuvarande arbetstillfällen säkras och nya kan tillkomma i framtiden. I slutändan är argumentet att ett lands ekonomiska framgång beror på landets internationella konkurrenskraft.

⁸³ Ett exempel är de franska och tyska finansministrarnas gemensamma 14-punktsprogram med krav på lättnader i konkurrenslagstiftningen för att kunna skapa framgångsrika europeiska storbolag som bättre kan konkurrera på världsmarknaderna (Deutsche Welle, 2019).

⁸⁴ (Statista, 2020)

I dessa sammanhang föreslås ofta politiska åtgärder avsedda att förbättra den s.k. konkurrenskraften hos det egna landets företag på bekostnad av utländska företag. Ett sätt att försöka förändra de internationella konkurrensvillkoren är genom handelshinder. Detta innebär att priset på importerade varor blir högre, vilket gynnar inhemska företag i konkurrensen om den inhemska efterfrågan.

Andra exempel är statliga subventioner eller skattelättnader till utvalda inhemska företag eller branscher. Sådana åtgärder sänker de inhemska företagens kostnader, vilket gör deras varor billigare relativt utländska företag.

Ytterligare exempel är begränsningar i konkurrenslagstiftningen för t.ex. stora globala bolag så att dessa bättre ska kunna möta konkurrensen på världsmarknaderna.⁸⁵ Tanken bakom sådana förslag är att vissa företag bör undantas inhemska konkurrensregler för att de ska kunna växa globalt och hävda sig i den internationella konkurrensen.

Samtliga dessa exempel på metoder att försöka förstärka den s.k. konkurrenskraften är problematiska.

Handelshinder och statliga stöd drabbar i slutändan konsumenterna

Handelshinder som t.ex. tullavgifter och statliga stöd leder med stor säkerhet till motåtgärder. När USA 2018 införde tullavgifter på ett stort antal importvaror från Kina startade detta ett handelskrig mellan de båda länderna.⁸⁶ USA har även infört och höjt tullavgifterna gentemot EU, vilket fått EU att svara med höjda avgifter på ett stort antal amerikanska varor.⁸⁷ Med motåtgärderna följde att den avsedda förstärkningen av den s.k. konkurrenskraften hos de amerikanska företagen i princip omgående neutraliserades.

Ekonomiska utvärderingar av dessa s.k. Trump-tariffer visar att de skapat stora förluster med en betydande negativ nettoeffekt på den amerikanska ekonomin. Orsaken är att de högre tullarna omvandlats till högre priser på varor i alla led och försämrat tillgången till importerade varor. Alla dessa negativa effekter har vältrats över på de amerikanska konsumenterna som drabbats med motsvarande totalt 1,4 miljarder dollar i förlorad real inkomst per månad.⁸⁸

Andra utvärderingar visar på negativa effekter på sysselsättningen även inom branscher som de amerikanska tullavgifterna avser att skydda.⁸⁹ Orsaken är att de positiva sysselsättningseffekterna av den minskade utländska konkurrensen uppvägs av de negativa effekterna av högre priser på insatsvaror och sämre möjligheter till export pga. motåtgärderna.

⁸⁵ (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie och Ministère de l'Economie et des Finances, 2019)

⁸⁶ (Swanson, 2018)

⁸⁷ (Kommerskollegium, 2019)

⁸⁸ (Amiti, Redding, & Weinstein, 2019)

⁸⁹ (Flaen & Pierce, 2019)

Sammantaget beräknar Congressional Budget Office (CBO) att alla inblandade parter handelshinder som trädde ikraft mellan 2018 och 2020 kostat USA en halv procent av sin BNP.⁹⁰ Dessutom beräknar CBO att konsumentpriserna ökat med 0,5 procent. CBO menar att tullavgifterna i genomsnitt kostat de amerikanska hushållen närmare 1 300 dollar (nästan 11 000 kronor) i lägre inkomster.

Begreppet konkurrenskraft missar komparativa fördelar

Argumentet att stärkt s.k. konkurrenskraft leder till säkrad sysselsättning och välbefinnande har en lång politisk historia. Den amerikanske ekonomen Paul Krugman diskuterar t.ex. problematiken redan i en artikel från 1994 som ett svar på ett utspel av Europeiska kommissionens dåvarande ordförande Jacques Delors.⁹¹ Delors menade att arbetslösheten i EU:s berodde på EU:s bristande konkurrenskraft gentemot USA och Japan och att detta kunde lösas genom storskaliga investeringar i infrastruktur och högteknologi. Ett liknande uttalande upprepades av de franska och tyska finansministrarna 2019.⁹²

Krugman menar utgångspunkten för båda uttalandena från EU är felaktiga eftersom de utgår från att andra länders internationella framgångar med nödvändighet drabbar det egna landet negativt. Detta går helt mot idén med vad som kallas komparativa fördelar.

Den underliggande orsaken bakom de amerikanska förlusterna i handelskriget med Kina och EU är att handelshinder begränsar möjligheterna att utnyttja ländernas komparativa fördelar. Komparativa fördelar beskriver hur länder p.g.a. att de skiljer sig åt kan producera samma varor och tjänster till lägre eller högre kostnader. Detta kan bero på såväl rent geografiska faktorer (t.ex. svenska tillgångar till järn och skog) som att länderna historiskt har specialiserat sig inom vissa områden (t.ex. Silicon Valley). Komparativa fördelarna innebär att länder kan specialisera sig på olika typer av produktion, och till lägre kostnader tillgodose inte bara den inhemska utan även utländsk efterfrågan genom export. Denna specialisering gynnar alla parter på en internationell marknad. Med handelshinder förlorar länderna delar av de värden som specialiseringen medför. Istället för att importera varor som andra länder kan producera billigt måste konsumenterna förlita sig på samma importvaror till ett högre pris (p.g.a. tullavgifterna) alternativt dyrare inhemska alternativ.

⁹⁰ (Congressional Budget Office, 2020)

⁹¹ Kritiken mot Delors framförs i (Krugman, *Competitiveness: A Dangerous Obsession*, 1994), vilken vidareutvecklas i (Krugman, 1996)

⁹² (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie och Ministère de l'Economie et des Finances, 2019)

4.3 Sammanfattande iakttagelser

Marknader kan under vissa förutsättningar vara ineffektiva eller drabbas av bakslag där företag riskerar läggas ned. Staten kan i sådana fall under vissa omständigheter bidra till ett förbättrat utfall.

1. **Vissa marknader drabbas av marknadsmisslyckanden:** Inneboende egenskaper hos agenterna, varan, tjänsten, produktionen eller konsumtionen kan leda till att en marknad inte blir effektiv. Exempel på kollektiva varor, transaktionskostnader eller begränsad rationalitet.
2. **Statliga åtgärder kan komma tillrätta med marknadsmisslyckanden:** De negativa konsekvenserna av marknadsmisslyckanden kan till viss del motverkas genom väl utformad reglering. Väl avvägda skatter, avgifter, subventioner eller väl utformad information kan få marknaden att fungera mer effektivt och bidra till ett högre välbefinnande. Statliga åtgärder kommer dock med transaktionskostnader. I vissa fall kan dessa vara så pass höga att de överstiger värdet av att försöka reglera marknaden.
3. **Stöd till ineffektiva företag, branscher eller marknader riskerar tillväxt och välbefinnande.** Konkurrens leder till omvandling av marknaderna över tid. På kort sikt kan detta innebära betydande kostnader när ineffektiva företag slås ut och individer förlorar sina arbeten. Statliga åtgärder som försöker stödja företag, branscher eller marknader genom att begränsa konkurrensen riskerar leda till betydande negativa konsekvenser. Åtgärderna bör istället fokusera på att bl.a. underlätta att kapital och arbetskraft kan flytta till mer produktiva områden i ekonomin.
4. **Åtgärder för att förbättra konkurrenskraften på bekostnad av internationell konkurrens riskerar tillväxt och välbefinnande.** Ett lands s.k. konkurrenskraft framställs ofta som avgörande för dess välbefinnande. Detta missar att länder har komparativa fördelar i förhållande till andra länder. Åtgärder avsedda att stärka konkurrenskraften, t.ex. stöd eller tullavgifter, gör att delar av värdet från de komparativa fördelarna förloras. Följden är att viktiga ekonomiska värden går förlorade som hotar både tillväxt och välbefinnande.

5 Referenser

- Aghion, P., & Howitt, P. (1992). A Model of Growth Through Creative Destruction. *Econometrica*, 60 (2), 323–51.
- Aghion, P., Bloom, N., Blundell, R., Griffith, R., & Howitt, P. (2005). Competition and Innovation: An Inverted-U Relationship. *The Quarterly Journal of Economics*, 701–728.
- Ahn, S. (2002). *Competition, Innovation and Productivity Growth: A Review of Theory and Evidence*. Paris: OECD Economics Department Working Papers No. 317.
- Alcalá, F., & Ciccone, A. (2004). Trade and Productivity. *The Quarterly Journal of Economics*, 119(2), 613–646.
- Amiti, M., Redding, S. J., & Weinstein, D. E. (2019). The Impact of the 2018 Tariffs on Prices and Welfare. *Journal of Economic Perspectives*, 187–210.
- Anand, P. (1993). *Foundations of Rational Choice Under Risk*. Oxford: Oxford University Press.
- Arrow, K. (1962). Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention. i C. K. Rowley, *Readings in industrial economics*(ss. 219–236). London: Palgrave.
- Arrow, K. (1969). The Organization of Economic Activity: Issues Pertinent to the Choice of Market versus Nonmarket Allocation. i J. E. Committee, *The Analysis and Evaluation of Public Expenditures: The PBB System*. Washington, D.C: Government Printing Office.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a Multidisciplinary Definition of Innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323–1339.
- Brynjolfsson, E., Collis, A., & Eggers, F. (2019). Using Massive Online Choice Experiments to Measure Changes in Well-being. *PNAS*, 1–6.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie och Ministère de l'Economie et des Finances. (den 19 02 2019). *A Franco-German Manifesto for a European industrial policy fit for the 21st Century*. Hämtat från Bundesministerium für Wirtschaft und Energie:
https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/F/franco-german-manifesto-for-a-european-industrial-policy.pdf%3F__blob%3DpublicationFile%26v%3D2
- Caballero, R. J., Hoshi, T., & Kashyap, A. K. (2008). Zombie Lending and Depressed Restructuring in Japan. *American Economic Review* 98 (5), 1943–1977.
- Cella, C. (2020). *Zombie Firms in Sweden: Implications for the Real Economy and Financial Stability*. Stockholm: Sveriges riksbank.
- Chen, Y., Jeon, G., & Kim, Y. (2014). A day without a search engine: an experimental study of online and offline searches. *Experimental economics*, 512–536.
- Ciccone, A., & Papaioannou, E. (2006). *Red tape and delayed entry*. CEPR Discussion Paper 5996.
- Coase, R. H. (1960). The Problem of Social Cost. *Journal of Law and Economics* 3 (1), 1–44.

- Congressional Budget Office. (2020). *The Budget and Economic Outlook: 2020 to 2030*. Washington: Congress of the United States.
- Dahlman, C. J. (1979). The Problem of Externality. *Journal of Law and Economics*, 141-162.
- Dasgupta, P., & Stiglitz, J. (1980). Uncertainty, industrial structure, and the speed of R&D. *The Bell Journal of Economics*, 1-28.
- Deutsche Welle. (den 19 02 2019). *German and French ministers issue manifesto for European industrial policy*. Hämtat från DW News: <https://www.dw.com/en/german-and-french-ministers-issue-manifesto-for-european-industrial-policy/a-47591419>
- Dutz, M., & Hayri, A. (1999). *Does more intense competition lead to higher growth?* CEPR Discussion Paper, No. 2249.
- Edwards, S. (1998). Openness, productivity and growth: What do we really know? *The Economic Journal*, 383-398.
- European central bank. (den 27 06 2017). *How does innovation lead to growth?* Hämtat från European central bank - Eurosystem: <https://www.ecb.europa.eu/explainers/tell-me-more/html/growth.en.html>
- Europeiska kommissionen. (2019). *The regional competitiveness index 2019*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Flaaen, A., & Pierce, J. (2019). Disentangling the Effects of the 2018-2019 Tariffs on a Globally Connected U.S. Manufacturing Sector. *Finance and Economics Discussion Series*.
- Frankel, J., & Romer, D. (1999). Does Trade Cause Growth? *The American Economic Review*, 89(3), 379-399.
- Garcia, S. M., Tor, A., & Schiff, T. M. (2013). The psychology of competition: A social comparison perspective. *Perspectives on Psychological Science*, Vol. 8(6), 634-650.
- Gilbert, R., & Newbery, D. (1982). Preemptive Patenting and the Persistence of Monopoly. *American Economic Review*, 514-526.
- Glaeser, E. L. (2006). Paternalism and Psychology. *University of Chicago Law Review*.
- Goff, B. (1996). *Regulation and macroeconomic performance*. Kluwer Academic Publishers.
- Gonenc, R., Maher, M., & Nicoletti, G. (2000). *The implementation and the effects of regulatory reforms: Past experience and current issues*. Paris: OECD.
- Greenwald, B. C., & Stiglitz, J. E. (1986). Externalities in economies with imperfect information and incomplete markets. *Quarterly Journal of Economics*, 229-64.
- Habte, O. A. (2018). *Essays on competition and consumer choice*. Lund: Lunds universitet.
- Haidar, J. I. (2012). The impact of business regulatory reforms on economic growth. *Journal of The Japanese and International Economies*, 285-307.
- Hall, B. H. (2011). Innovation and productivity. *Nordic Economic Policy Review*, 167-203.
- Hammond, P. J. (1998). The Efficiency Theorems and Market Failure. i A. Kirman, *Elements of General Equilibrium Analysis*. Wiley-Blackwell. Hämtat från <https://web.stanford.edu/~hammond/effMktFail.pdf>

- Hausman, J. (1997). *Valuing the effects of regulation on new services in telecommunications*. Brookings Papers: Microeconomics 1997.
- Holmes, T. J., & Schmitz, J. A. (2010). *Competition and Productivity: A Review of Evidence*. Minneapolis: Federal Reserve Bank of Minneapolis.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 263-291.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (2000). *Choices, values, and frames*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2004). Blue ocean strategy. *Harvard Business Review*, 82(10), ss. 76-84.
- Klapper, L., Laeven, L., & Rajan, R. (2006). Entry regulation as a barrier to entrepreneurship. *Journal of Financial Economics* 82, 591-629.
- Koedijk, K., & Kremers, J. (1996). Market opening, regulation and growth in Europe. *Economic policy*, 445-467.
- Kommerskollegium. (den 20 08 2019). *Konflikten om USA:s ståltullar – detta har hänt*. Hämtat från Kommerskollegium:
<https://www.kommerskollegium.se/importera--exportera/handla-utanfor-eu/handelskonflikten-mellan-usa-och-eu/konflikten-om-usas-staltullar-detta-har-hant/>
- Konjunkturinstitutet. (den 15 10 2020). *Prognosdatabasen. Produktivitet. År*. Hämtat från Konjunkturinstitutet:
http://prognos.konj.se/PXWeb/pxweb/sv/SenastePrognosen/SenastePrognosen__f18_produktionarbetadetimmarochproduktivitet/F1807.px/?rxid=fd6c380c-c568-4e01-8dcf-95dc14d063be
- Krugman, P. (1994). Competitiveness: A Dangerous Obsession. *Foreign Affairs*, 28-44.
- Krugman, P. (1996). Making sense of the competitiveness debate. *Oxford Review of Economic Policy*, 17-25.
- Kwoka, J. J. (1993). The effects of divestiture, privatization, and competition on productivity in U.S. and U.K. telecommunications. *Review of Industrial Organization*, 49-61.
- Mas-Colell, A., Whinston, M. D., & Green, J. R. (1995). *Microeconomic Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- McGowan, M. A., Andrews, D., & Millot, V. (2018). The walking dead? Zombie firms and productivity performance in OECD countries. *Economic Policy* 33 (96), 685-736.
- Moen, Ø., Tvedten, T., & Wold, A. (2019). Exploring the relationship between competition and innovation in Norwegian SMEs. *Cogent Business & Management*, 2331-1975 .
- Nickell, S., Nicolitsas, D., & Dryden, N. (1997). What makes firms perform well? *European Economic Review*, 783-796.
- Nickell, S., Vainiomaki, J., & Wadhvani, S. (1994). Wages and Product Market Power. *Economica*, 457-473.
- Nicoletti, G., Bassanini, A., Ernst, E., Jean, S., Santiago, P., & Swaim, P. (2001). *Product and Labour Market Interactions in OECD Countries* . Paris: OECD Economics Department Working Papers.

- Nilsson, J.-E. (2012). *Regelförändringar i transportsektorn - Effekter av omregleringen inom inrikesflyg, taxi, kommersiell tågtrafik och bilprovning*. Stockholm: Konkurrensverket.
- Nordhaus, W. D. (2004). *Schumpeterian profits in the American economy: theory and measurement*. NBER, Working paper 10433.
- North, D. (1991). Institutions. *Journal of Economic Perspectives*, 97–112.
- OECD. (2016). *Competition assessment checklist. Volume III: Guidance, version 3.0*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (den 15 10 2020 c). *Business innovation statistics and indicators*. Hämtat från OECD Data: <https://www.oecd.org/sti/inno/innovation-indicators-2019.zip>
- OECD. (den 19 10 2020 d). *GDP per hour worked*. Hämtat från OECD Data: https://stats.oecd.org/sdmx-json/data/DP_LIVE/.GDPHRWKD.../OECD?contentType=csv&detail=code&separator=comma&csv-lang=en
- OECD. (den 10 10 2020 e). *Indicators of Product Market Regulation - OECD Indicators in Excel*. Hämtat från OECD: <https://www.oecd.org/economy/reform/OECD-PMR-Economy%20-Wide%20Indicator%20values-2018.xlsx>
- OECD och EUROSTAT. (2005). *Oslo Manual Guidelines for collecting and interpreting innovation data*. Paris: OECD Publishing.
- Olley, G. T., & Pakes, A. (1996). The dynamics of productivity in the telecommunications equipment. *Econometrica*, 1263-97.
- Petrin, A. (2001). *Quantifying the benefits of new products: the case of the Minivan*. NBER Working Paper Series, No.8227.
- Pigou, A. C. (1920). *The Economics of Welfare*. London: Macmillan.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage*. New York: The Free Press. Hämtat från [https://www.albany.edu/~gs149266/Porter%20\(1985\)%20-%20chapter%201.pdf](https://www.albany.edu/~gs149266/Porter%20(1985)%20-%20chapter%201.pdf)
- Samuelson, P. A. (1954). The Pure Theory of Public Expenditure. *Review of Economics and Statistics*, 387–89.
- Samuelson, P. A. (1997). *Economics*. McGraw-Hill Education.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. Hoboken: New Jersey: Taylor and Francis.
- Simon, H. A. (1955). A Behavioral Model of Rational Choice. *The Quarterly Journal of Economics* Vol. 69, 99-118.
- Smith, A. (1776). *Nationernas välbefinnande en undersökning av dess natur och orsaker*. Stockholm: Timbro.
- Statista. (den 12 01 2020). *Biggest companies in the world by market capitalization 2020*. Hämtat från Statista: <https://www.statista.com/statistics/263264/top-companies-in-the-world-by-market-capitalization/>
- Sunstein, C. R. (2020). Valuing Facebook. *Behavioural public policy*, 370-381.
- Sunstein, C. R., & Thaler, R. H. (2003). Libertarian Paternalism. *American economic review*, 175-179.
- Sunstein, C. R., & Thaler, R. H. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. London: Penguin Books Ltd.

- Swanson, A. (den 06 07 2018). *Trump's Trade War With China Is Officially Underway*. Hämtat från The New York Times:
<https://www.nytimes.com/2018/07/05/business/china-us-trade-war-trump-tariffs.html>
- Transportstyrelsen. (2020). *Fordonsbesiktningensmarknaden 2019 - Fler besiktningstationer, färre besiktningstekniker och ökad produktivitet*. Transportstyrelsen.
- Willig, R. D. (1976). Consumer's Surplus without Apology. *American Economic Review*, 589-597.
- Winston, C. (1998). U.S. industry adjustment to economic deregulation. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 12, No.3, 89-110.
- World Economic Forum. (2019). *The Global Competitiveness Report 2019*. Geneve: World Economic Forum.
- Östling, R. (2017). Kan en hjälpande knuff stjälpas en osynlig hand? i Konsumentverket, *Kunskapsöversikter inom det konsumentpolitiska området* (ss. 6-29). Stockholm: Konsumentverket.



Adress 103 85 Stockholm
Telefon 08-700 16 00
konkurrensverket@kkv.se

www.konkurrensverket.se