

Årsager til udviklingen i danske virksomheders markedsmagt – og veje fremad

Oplæg til Produktivitetskonferencen d. 1/12-2022

Jonas Ehn Bødker (DØRS)

De Økonomiske Råd 

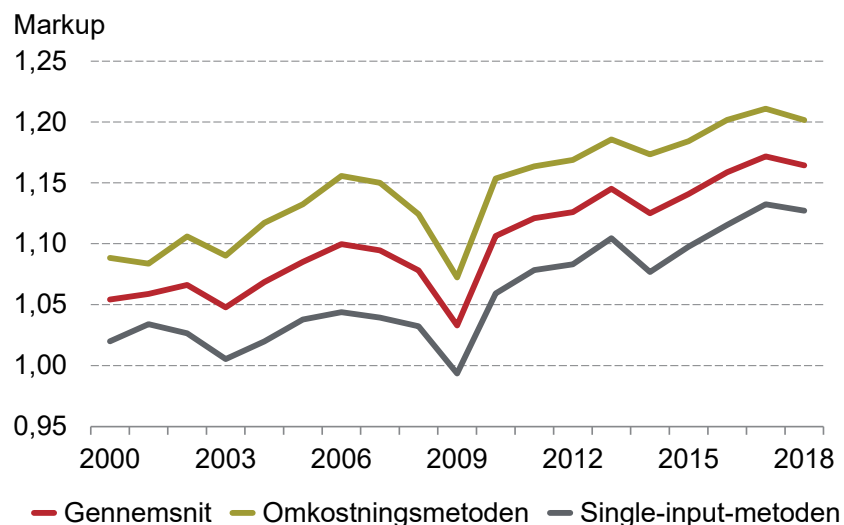
Praktisk

- Oplægget er udtryk for mine faglige vurderinger, ikke vismændenes. Forhåbentlig er der dog et betydeligt overlap.
- Kapitel III og IV fra dette års produktivetsrapport omhandler danske virksomheders markedsmagt. *Kapitel IV har fokus på forklaringer.*

Recap af P22 kapitel III

Markuppen måler markedsmagt. Den er steget i perioden 2000-18

- Under fuldkommen konkurrence er markuppen 1
 - Med ufuldstændig konkurrence overstiger markuppen 1
- Ideelt mål for virksomhedernes markedsmagt dvs. graden af konkurrence



Forklaringer på udviklingen i virksomhedernes markedsmagt

Kapitel IV

Forskellige forklaringer diskuteres og efterprøves

Overblik

- Globalisering
- Teknologi
- Regulering

Globalisering

Forskellige effekter af øget handel med omverdenen

Forklaring	Effekt på markedsmagt	Effekt på produktivitet
Importkonkurrence	↓	↑
Import i virksomheder	↑	↑
Eksportefterspørgsel	↑	↑

Globalisering

Analyser af import og eksport

Vi finder en sammenhæng mellem virksomheders internationale aktiviteter og deres markupper og produktivitet

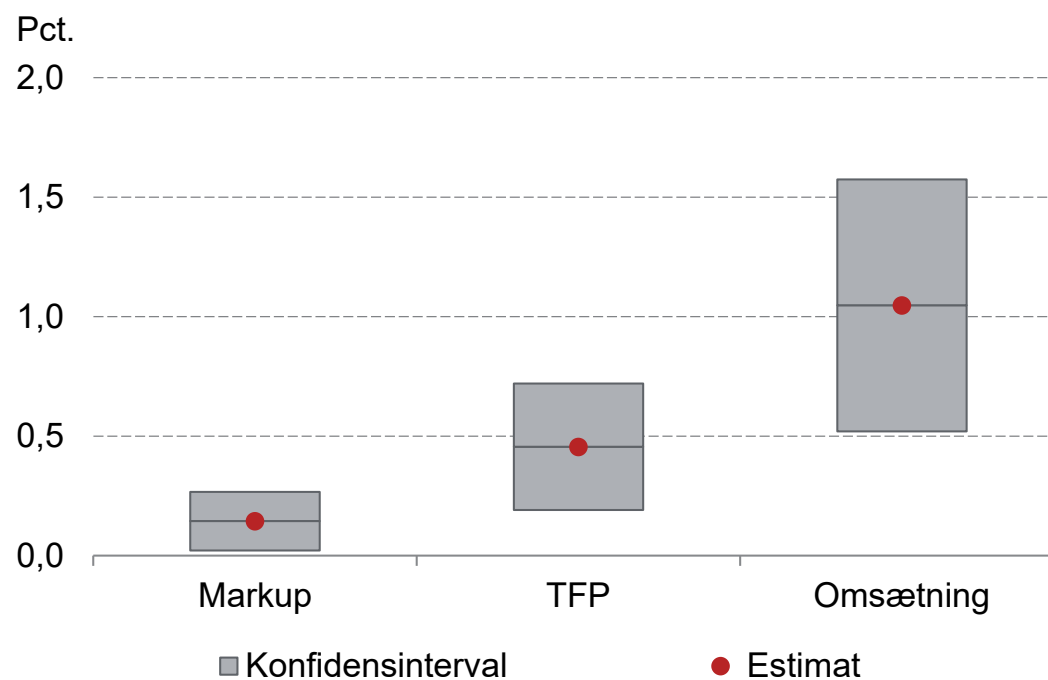
For at udelukke *omvendt årsagssammenhæng* fokuseres på

- den del af importen, som skyldes øget udbud fra eksisterende handelsforbindelser
- den del af eksporten, som skyldes øget efterspørgsel fra eksisterende forbindelser

Omvendt årsagssammenhæng kan opstå, hvis succesfulde virksomheder øger deres import / eksport

IV-analyse af eksogene udbudsstød til import

Bedre muligheder for import øger markupper og TFP



Globalisering

Konklusioner

- Globalisering medfører øget importkonkurrence og produktivitet
- Men hvis gevinsterne koncentrerer sig i få virksomheder, kan det trække i retning af *svagere* konkurrence
- Svagere konkurrence mindsker samfundets gevinster ved globalisering (men de er stadig positive)

Teknologi

Grundlæggende idé

- Ulige gevinster ved nye teknologier kan have givet nogle virksomheder en fordel og dermed større markupper
- De nye teknologier leder til øget produktivitet og er stadig en fordel for samfundet
- Men fordelene er mindre pga. svagere konkurrence
- I USA kan IT have givet en særlig fordel for store virksomheder, som har omsat det til højere markupper

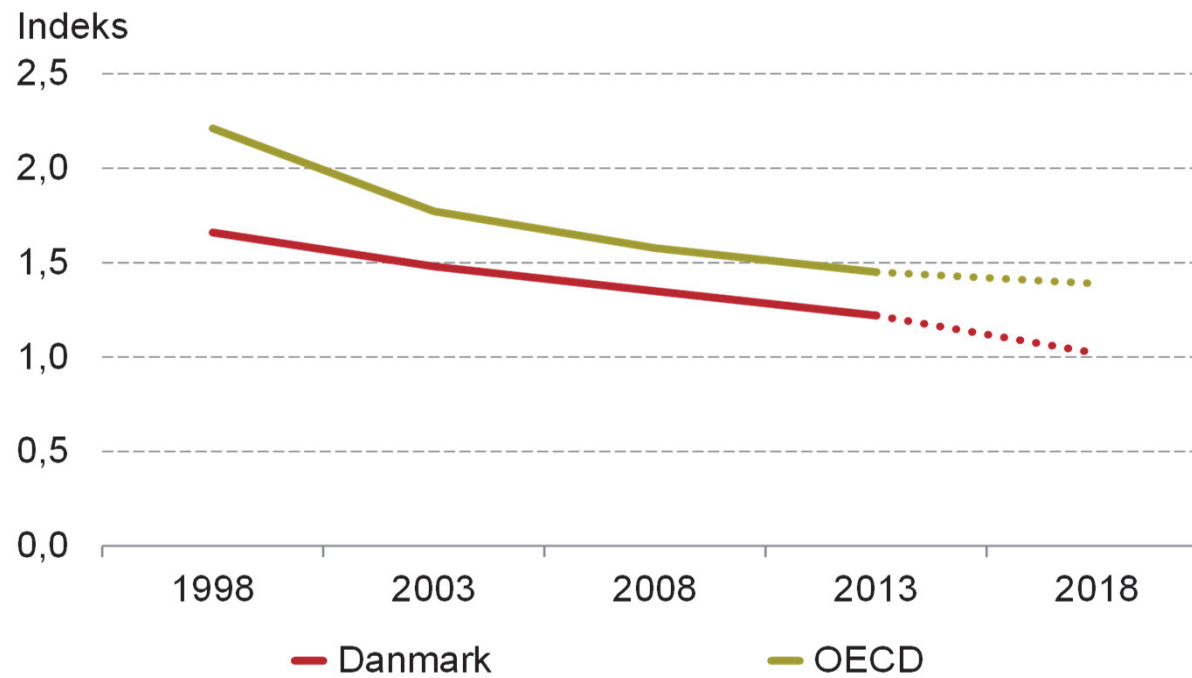
Teknologi

Konklusioner

- Ingen direkte sammenhæng antal ansatte og udviklingen i markupper
- Ikke nogen tegn på, at markupper påvirkes af ansatte til udvikling af ny software, jf. analyse i afsnit IV.3.
- Kan dog ikke afvise andre teknologier, som eksempelvis kan være relateret til udvikling af patenter og anden immateriel kapital
- Studier fra Danmark og 6 andre europæiske lande tyder på, at robotter kan have indebåret større markupper

Regulering

OECD's indeks for produktmarkedsregulering



Konklusioner

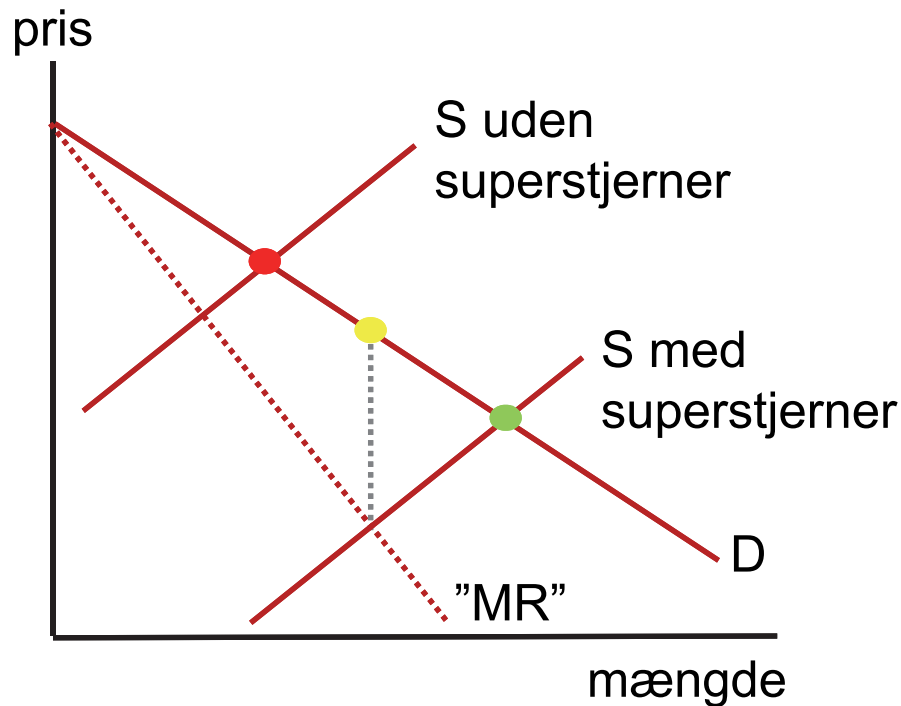
Regulering

- Regulering er vigtig for konkurrence, men intet tegn på at mindre effektiv regulering har forårsaget stigningen i markedsmagt i DK:
- OECD's indeks for produktmarkedregulering er faldet
- Samtidig er konkurrencelovgivningen om noget blevet mere effektiv, jf. Hylton og Deng (2007, 2020) og OECD (2015)
- Gutiérrez og Philippon (2018) finder, at de europæiske konkurrencemyndigheders håndhævelse har været nogenlunde uændret siden 2000
- Regulering er et vigtigt redskab til at forhindre dominerende virksomheder til at misbruge øget markedsmagt til at svække konkurrencen yderligere

Policy

- Forøgelsen i markupperne lader til at være drevet af globalisering og muligvis visse nye teknologier.
- Disse faktorer giver øget velfærd for Danmark, men bivirkningen er svagere konkurrence, som mindsker velfærdsgevinsterne.
- Hvorfor drager nogle virksomheder større fordel ved globalisering og nye teknologier, og hvad skal vi gøre ved det?
- [Dorn \(2021\)](#):
"Finding adequate competition policy response to the superstar firm phenomenon is an area that warrants further research."

Illustration af udfordringen med superstjerner



- "2000": lavere produktivitet men stærkere konkurrence
- "2018": højere produktivitet men svagere konkurrence
- Ideal, hvor konkurrenceproblemer løses uden konsekvenser for produktivitet

Policy

Hvordan håndterer vi stigende markedsmagt?

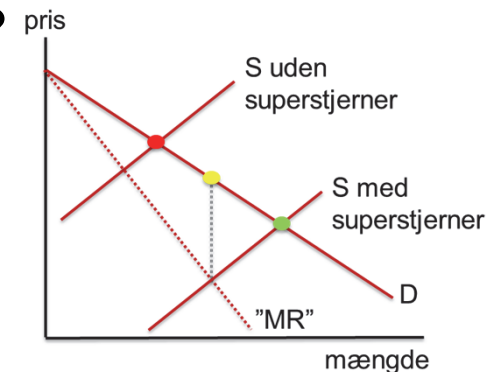
- Ingen nem løsning. Men følgende pointer fra litteraturen:
- Ville være godt at forhindre, at store virksomheder misbruger dominans til at forstærke deres position. F.eks. via *killer acquisitions* ([Cunningham mfl. \(2021\)](#))
- Netværks-eksternaliteter: *Interoperabilitet* kan sikre lige adgang til netværket ([Eeckhout \(2021\)](#))
- Globalisering kalder på international koordinering af reguleringsindsats ([Eeckhout \(2021\)](#))

Konkurrence og inflation

Konkurrence påvirker både prisniveauet og inflationspresset

- Kan inflationen reduceres ved øget konkurrence?

- Ja. Alt andet lige.
- Men hvis produktiviteten falder, kan priserne også stige
- Struktur- vs. stabiliseringspolitik



- Forstærkes inflationspresset af svagere konkurrence?

$$inflation = \% \Delta pris = \% \Delta \text{markup} + \% \Delta \text{marginalomkostning}$$

- *Prisovervæltning* formentligt mindre end fuldstændig (=markupper falder)
- Markupper kan dog også stige for nødvendige goder

EKSTRA SLIDES

Globalisering

Data

Virksomheders import og eksport af varer findes i UHDI

- Samlet import og eksport af varer
- Import og eksport af specifikke varer fra specifikke lande (= " handelsforbindelser")
- Kræver positiv import hhv. eksport

Ændringer i udbud / efterspørgsel hos handelsforbindelser findes i BACI

- Importanalyse: 42.553 observationer fordelt på 8.231 virksomheder
- Eksportanalyse: 12.588 observationer fra 1.475 virksomheder

IV-analyse af eksogene efterspørgselsstød til eksport

Større efterspørgsel øger TFP og markupper

