



UiT Norges arktiske universitet

# Næringsøkonomi og konkurransestrategi

## *Introduksjonsforelesning*

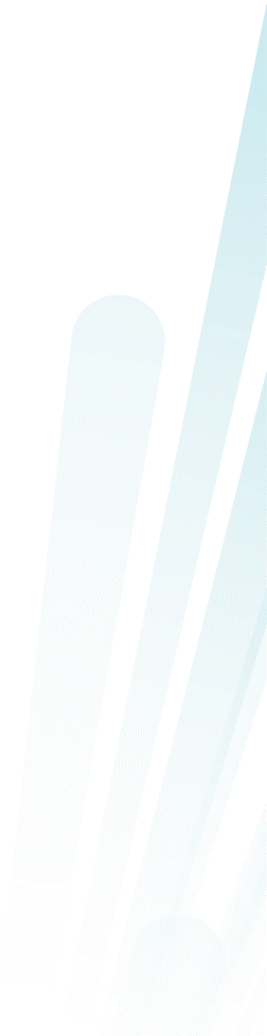
- *Pensum og eksamen*
- *Introduksjon til konkurransestrategi, PRN kap. 1*
- *Markedsstruktur, PRN kap. 3.1 (-3.1.2)*

Anita Michalsen

# Konkurransestrategi og næringsøkonomi

Studie av imperfekt konkurranse og strategisk interaksjon

Kurset presenterer ulike teorier og modeller for imperfekt konkurranse, med fokus på sentrale strategiske variabler som pris, kvantum, produktdifferensiering, etablering, kapasitet og lokalisering.



# Konkurransestrategi og næringsøkonomi

Studie av imperfekt konkurranse og strategisk interaksjon

Forståelse av:

- hvordan markeder og bransjer fungerer
- hvordan bedrifter tilpasser seg strategisk under ulike markedsforhold
- hvordan bedriftenes strategiske valg vil påvirke lønnsomheten til andre markedsaktører.

# Pensum

- Pepall, Richards & Norman, Industrial Organization: contemporary theory and practice (5<sup>th</sup> Edition)
- Supplerende bok: Sørgard, L. (2003), *Konkurransestrategi*, Fagbokforlaget



# Hovedtemaer

1. Introduksjon
  - Grunnleggende mikroøkonomi
2. Monopol
  - Prisdiskriminering, produktvalg og kvalitet
3. Oligopolmodeller
  - Basismodeller for pris- og kvantumskonkurranse; Cournot, Bertrand og Stackelberg
4. Konkurranseskadelige strategier
  - Prissamarbeid og kartell
  - Etableringsbarrierer og strategiske bindinger
5. Relasjoner mellom bedrifter
  - Fusjoner og oppkjøp
  - Vertikale relasjoner

# Eksamen

## Mappevurdering:

- **Mappeoppgave I:** tema Hurtigrutens prisstrategi
  - Oppgaven skal leveres inn i grupper på maksimalt 3 studenter
  - Seminar om problembasert læring og formulering av problemstilling torsdag **26.1**
  - Gjesteforelesning med Thomas Larsen fra Hurtigruten tirsdag **14.2**
  - Veiledning uke **10** (8.-10.3) - problemformulering
  - Veiledning uke **12** (20.- 24.3) - struktur av oppgaven
- Arbeidskrav: Obligatorisk presentasjon av mappeoppgave I onsdag **29.3**
- Innleveringsfristen fredag **31.3**
- **Mappeoppgave II:** Individuell oppgavebesvarelse med innlevering tirsdag **23.5**





# Når er det billigst å fylle bensin?



Foros & Steen (2008), Gasoline Prices Jump up on Mondays: An Outcome of Aggressive Competition?  
Konkurransepoden, 31.aug. 2021, Hvorfor er drivstoffprisen så høye nå?

# Prisforskjeller på drivstoff

Prisøkninger på bensin og diesel skjer alle ukedager, men har det siste året oftest funnet sted tirsdager og fredager.

Hva påvirker prisen på drivstoff?

Kort fortalt er det to forklaringer. Den første er endringer i innkjøpsprisene som medfører økte priser på pumpene, og den andre er påfølgende sterk lokal konkurranse, det mange kaller priskriger, som driver prisene nedover.

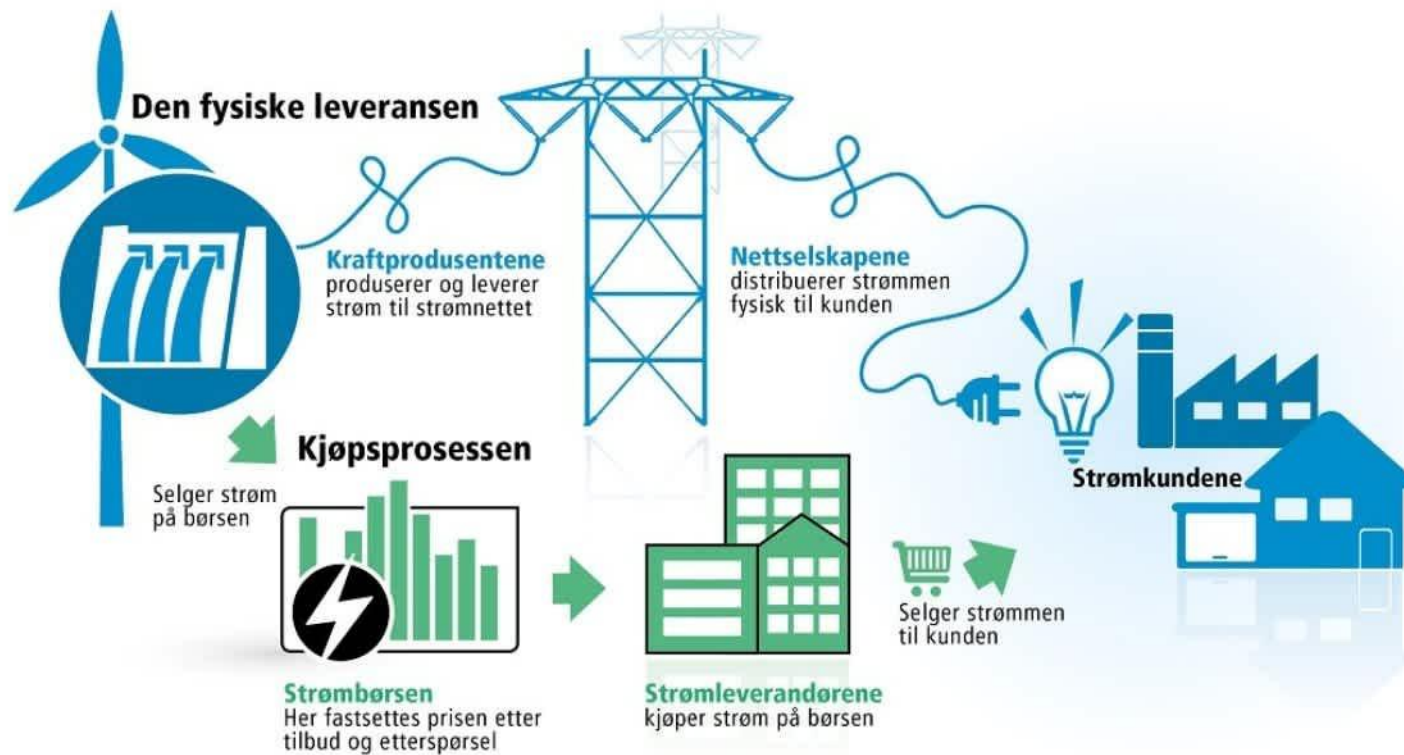
*Nettavisen 10.8 22*





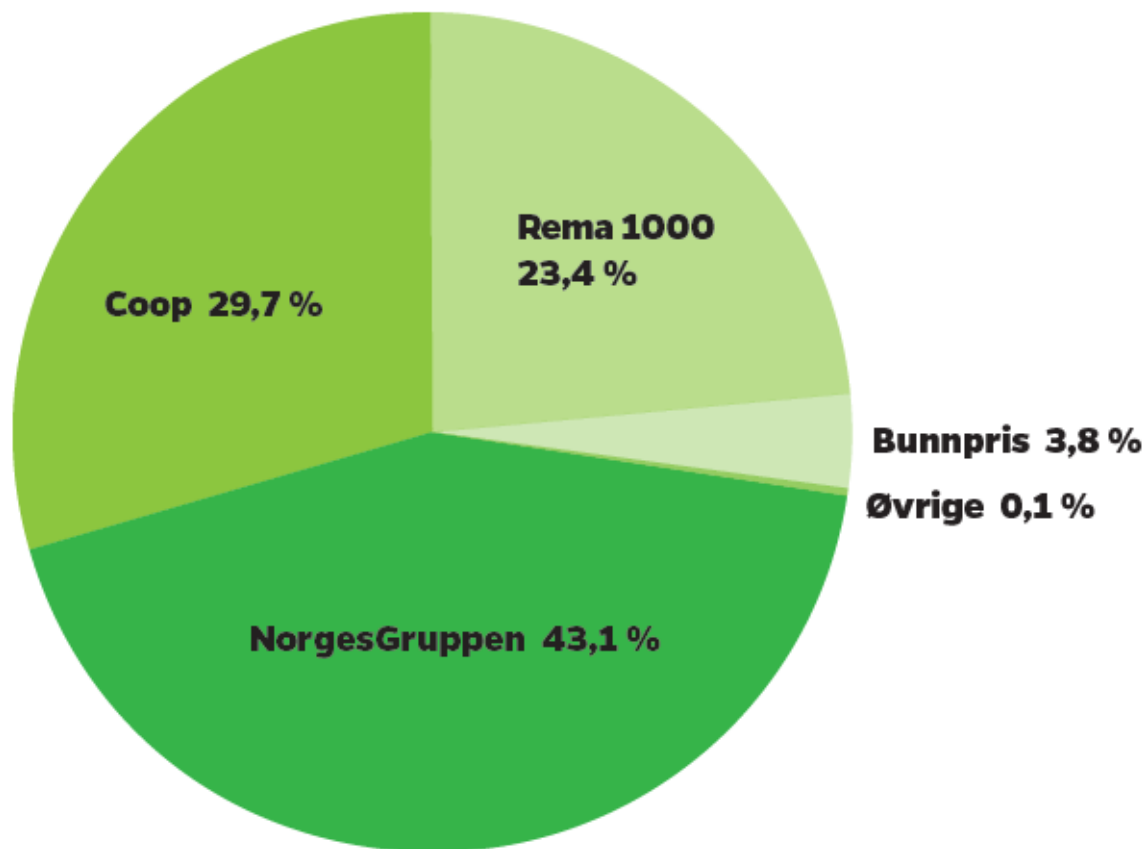
# Hvorfor har vi høye strømpriser i Norge?

## Hvorfor har vi ulike strømpriser i nord og sør i Norge?



# Hvorfor er det bare 3 dagligvarekjeder i Norge?

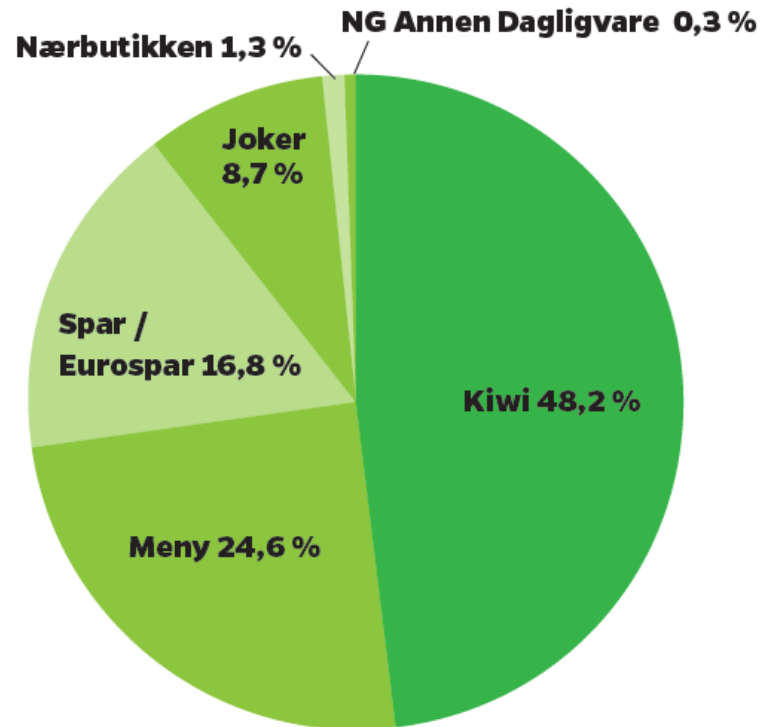
## Og hvorfor har vi økende matvarepriser nå?



# Kjedens ulike konsepter

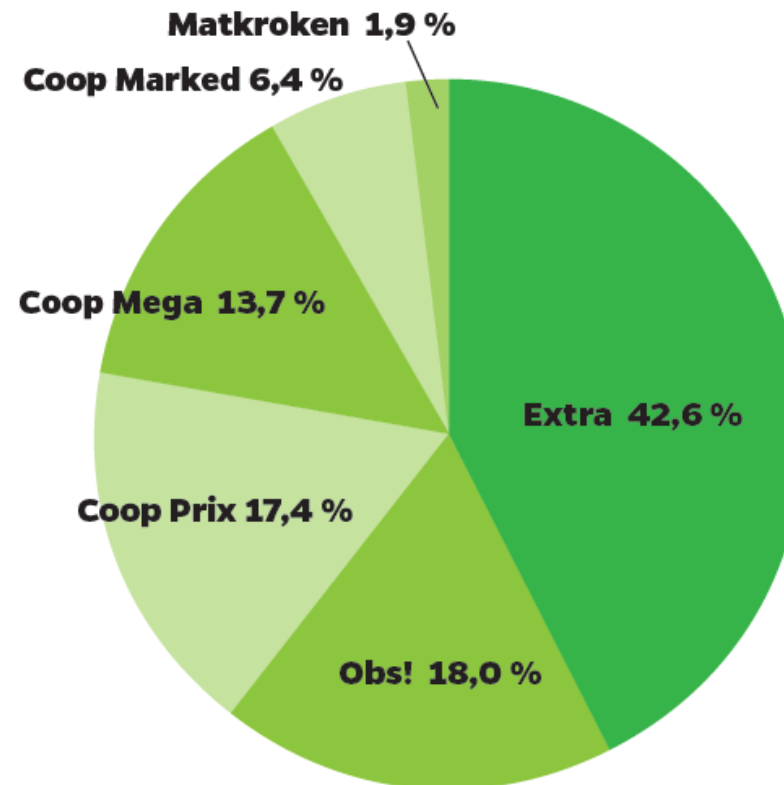
## NorgesGruppen

Konseptkjedenes omsetningsandeler



## Coop

Konseptkjedenes omsetningsandeler



# Fra to til tre aktører i norsk flybransje

Hvorfor er det ulike priser på ulike flybilletter?



# Betydningen av næringsstruktur

- Markeder med perfekt konkurranse eller monopol forekommer sjelden i virkeligheten
- De fleste markedene er karakterisert ved imperfekt konkurranse mellom et fåtall markedsaktører





	Perfekt konkurranse	Monopolistisk konkurranse	Oligopol	Monopol
Antall aktører	uendelig mange	mange	Få	En
Type produkter	homogene	differensierte	homogene eller differensierte	Unike
Prisstrategi	prisen er gitt	kan påvirke prisen i liten grad	kan påvirke prisen i større grad	unik pris

# Betydningen av næringsstruktur

- Samfunnet kommer best ut når prisen gjenspeiler marginalkostnaden
  - noe vi har ved frikonkurranse, men kan også oppnås i andre markedsstrukturer (f.eks. trussel om nyetablering)
- Bedriftene kommer best ut ved monopoltilpasning
  - ⇒ bedriftene streber etter markedsrett (fallende etterspørselskurve)
  - ⇒ gir effektivitetstap (tilpasning der marginalinntekt > marginalkostnad)

# Markedsmakt

- Bedrifter med unike produkter kan oppnå høyre betalingsvillighet
- Innovative bedrifter kan produsere til en lavere kostnad enn konkurrentene

Eksempel på selskaper med markedsmakt:



**Velfungerende konkurranse er det viktigste virkemiddelet  
for å unngå at prisveksten ikke blir høyere enn nødvendig.**

*Kronikk skrevet av Gjermund Nese, Beate Milford Berrefjord og Hanne Dahl Amundsen, Konkurransetilsynet 24.8.22*

# Konkurranseloven

- Forbud mot samarbeid mellom foretak som begrenser konkurransen (§10)
  - omfatter både samarbeid mellom foretak som opererer innenfor samme omsetningsledd (horisontalt samarbeid) og mellom foretak som opererer på forskjellige trinn i omsetningskjeden (vertikalt samarbeid).
- Forbud mot at et foretak misbruker sin dominerende stilling (§11)
  - Et eller flere foretak(s) utilbørlige utnyttelse av dominerende stilling er forbudt etter konkurranseloven. Et foretak vil normalt være dominerende dersom det i betydelig grad kan opptre uavhengig av sine konkurrenter og kunder. Det er ikke forbudt for et foretak å være dominerende, men foretaket har et særlig ansvar for at dets opptreden i markedet ikke begrenser konkurransen.
- Kontroll med fusjoner og foretakssammenslåinger (§16)
  - Konkurransetilsynet skal etter konkurranseloven gripe inn mot foretakssammenslutninger som vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen. I tillegg til fusjoner og oppkjøp kan andre typer avtaler og faktiske forhold som innebærer at det overtas varig kontroll over et foretak anses som foretakssammenslutninger.



## 545 millioner kroner i gebyr til fem aktører i bokmarkedet

Konkurransetilsynet ilegger Norges fire største forlag og Bokbasen overtredelsesgebyr på til sammen 545 millioner kroner for brudd på konkurranseloven. Aktørene har ulovlig utvekslet fremtidige bokpriser og annen konkurransesensitiv informasjon gjennom et abonnement i Bokbasen



# Markedsstruktur (PRN kap 3.1)

Ulike måter å måle markedskonsentrasjon

- Konsentrasjonsrate:  $CR_4$ 
  - Måler summen av markedsandeler for de 4 største bedriftene
  - $CR_4 = s_1 + s_2 + s_3 + s_4$
- Herfindahl-Hirsman Index: HHI
  - Summen av kvadrerte markedsandeler
  - $HHI = \sum_{i=1}^n (s_i)^2$  hvor  $s_i = \frac{q_i}{Q}$

# Konsentrasjonsrate: $CR_4$

- Marked A: 10 like store bedrifter; hver bedrift har 10% markedsandel
  - $CR_4 = 10 + 10 + 10 + 10 = 40$
- Marked B: 1 bedrift med markedsandel på 55% og 21 bedrifter med markedsandel på 2,25%
  - $CR_4 = 55 + 2,25 + 2,25 + 2,25 = 61,75$
- Marked C: 3 bedrift med markedsandel på 25% og 5 bedrifter med markedsandel på 5%
  - $CR_4 = 25 + 25 + 25 + 5 = 80$

⇒ omallokering av markedsandeler mellom de 4 bedriftene påvirker ikke  $CR_4$

# Konsentrasjonsrate: HHI

- Marked A: 10 like store bedrifter; hver bedrift har 10% markedsandel
  - $HHI = 100 + 100 + 100 + 100 + 100 + 100 + 100 + 100 + 100 + 100 = 1000$
- Marked B: 1 bedrift med markedsandel på 55% og 21 bedrifter med markedsandel på 2,25%
  - $HHI = 3025 + 5 * 21 = 3130$
- Marked C: 3 bedrift med markedsandel på 25% og 5 bedrifter med markedsandel på 5%
  - $HHI = 625 + 625 + 625 + 25 + 25 + 25 + 25 + 25 = 2000$

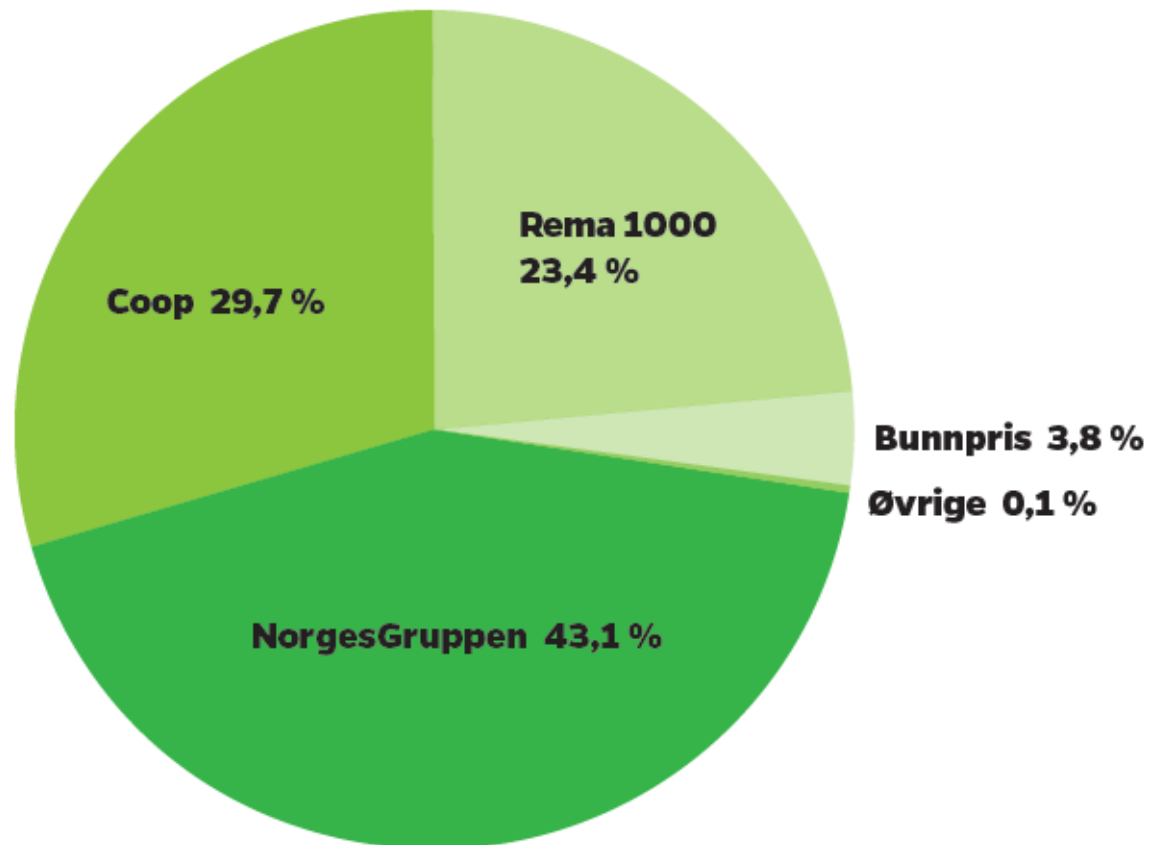
⇒ HHI viser både størrelse og spredning i markedet

# Markedskonsentrasjon HHI

- Ikke konsentrert marked når  $HHI < 1000 \Rightarrow$  må ha minst 10 like store bedrifter
- Moderat markedskonsentrasjon når  $1000 < HHI < 1800 \Rightarrow$  må ha minst 6 like store bedrifter
- Sterk markedskonsentrasjon  $> 1800 \Rightarrow$  ved 5 eller færre like store bedrifter
- Maks HHI ved Monopol  $\Rightarrow HHI = 10.000$



# Hva er markedskonsentrasjon i dagligvaremarkedet?



# Markedskonsentrasjon i dagligvaremarkedet

$$CR_4 = 43.1 + 29.7 + 23.4 + 3.8 = 100$$

$$HHI = 43.1^2 + 29.7^2 + 23.4^2 + 3.8^2 + 0.1^2 = 3302,01$$

# Det relevante marked

Når vi skal se på markedsandeler må vi definere det relevante markedet



Bør definere et marked i forhold til grad av substitusjon mellom godene som er involvert

- Krysspriselastisitet:  $\varepsilon_{ij} = \frac{\Delta q_i}{\Delta q_j} \frac{P_j}{P_i}$
- SSNIP-testen: Small, but Significant Non-transitory Increase in Price
  - Når en 5-10% økning i pris er lønnsomt