



KONKURRENCESTYRELSEN



Konkurrence - vækst og velstand

Konkurrenceanalyse 01/2009

Maj 2009



KONKURRENCESTYRELSEN

KONKURRENCE - VÆKST OG VELSTAND

MAJ 2009

Oplag 500

Konkurrencestyrelsen
Nyropsgade 30
1780 København V
Tlf.: 72 26 80 00
Fax.: 33 32 61 44

On-line ISBN 978-877029-396-9
ISBN 978-877029-398-3

Layout:
Word Specialisten

Grafisk Produktion:
Sangill Grafisk Produktion

Billedmateriale:
Scanpix

Analysen er udarbejdet af Konkurrencestyrelsen

Indhold

1	Indledning og hovedkonklusioner	5
2	Konkurrence er kilde til velstand	8
	Gevinster ved liberalisering	14
3	Konkurrence giver effektivitet, innovation og udskiftning af virksomheder	16
	Konkurrence øger virksomheders effektivitet	16
	Udskiftning af virksomheder på markedet øger produktiviteten	18
	Konkurrence styrker innovationen	22
4	Forudsætninger for virksom konkurrence	28
	Åbne markeder og konkurrence forbedrer virksomheders konkurrencekraft	29
	Love og reglers betydning for konkurrencen	30

Konkurrence - vækst og velstand

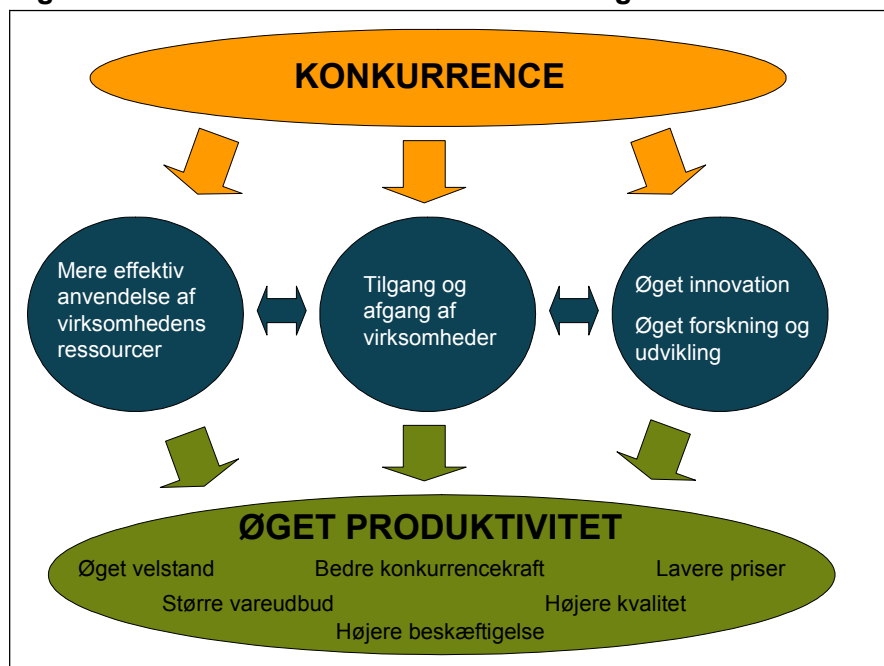
1 INDLEDNING OG HOVEDKONKLUSIONER

Danmark er i dag blandt de lande i verden, der har den højeste velstand pr. indbygger. Det er regeringens mål, at Danmark fortsat skal være et af verdens rigeste lande.

En væsentlig del af velstanden er skabt af stigninger i den værdi, der skabes pr. arbejdstime i virksomhederne, også benævnt produktivitet. Konkurrence er en af de grundlæggende drivkræfter bag stigninger i produktiviteten og har således central betydning for økonomisk vækst og velstand i Danmark.

En effektiv konkurrence påvirker produktiviteten ad forskellige kanaler, jf. figur 1.

Figur 1: Konkurrence er kilde til vækst og velstand



En effektiv konkurrence driver virksomhederne til hele tiden at holde omkostningerne nede og udnytte de eksisterende ressourcer i virksomheden bedst muligt.

Konkurrencen betyder også, at nye, effektive virksomheder kommer ind på markedet, og at de mindst effektive virksomheder afgang fra markedet. Tilgang og truslen om tilgang fra nye virksomheder giver de eksisterende virksomheder på markedet incitament til hele tiden at udvikle sig for ikke at blive overhalet af nye virksomheder. Tilgang og afgang øger derved produktiviteten i virksomhederne set under ét.

En effektiv konkurrence tilskynder virksomhederne til innovation bl.a. gennem forskning og udvikling. Det fører til nye produkter, nye produktionsprocesser og nye serviceydelser. Virksomheder kan via innovation adskille sig fra andre virksomheder og dermed stå stærkere i en periode, indtil en konkurrerende virksomhed svarer igen ved også at innovere.

En effektiv konkurrence fører til lavere priser og højere kvalitet og øger det samlede udbud af varer og tjenester. Det giver forbrugerne bedre mulighed for at vælge de produkter, som de tillægger størst værdi, og flytter efterspørgsel og produktion mod de virksomheder, der tilbyder de produkter, som forbrugerne og virksomhederne har størst nytte af. Det bidrager til højere beskæftigelse og velstand.

En effektiv konkurrence i Danmark styrker virksomhedernes evne til at konkurrere internationalt. Konkurrencen skærper ikke blot virksomhedernes fokus på effektivitet og innovation men giver også lavere priser og højere kvalitet på de varer og serviceydelser, som virksomhederne anvender i produktionen. Derved øges virksomhedernes konkurrencekraft.

Flere analyser peger på, at konkurrence er væsentlig for produktiviteten i virksomhederne og stigningen i produktiviteten på længere sigt. Et studie har fundet, at konkurrence kan forklare 70 pct. af produktivitetstigningerne i virksomhederne. Endvidere kan konkurrence – på linje med den makroøkonomiske politik – være en hovedforklaring på forskelle i produktivitet mellem lande. Endelig peger resultater på, at virksomheder, der er udsat for en intens konkurrence, har en højere produktivitet end virksomheder, der møder en svag konkurrence.

En effektiv konkurrence forudsætter, at konkurrenceloven er klar og håndhæves effektivt, at markederne er åbne over for både national og international konkurrence, og at lovgivningen ikke unødigt begrænser konkurrencen. Det er også vigtigt, at virksomhedernes, forbrugernes og det offentliges adfærd fremmer konkurrencen, dvs. at der er en god konkurrencekultur.

En konkurrencelov, der håndhæves effektivt, mindsker risikoen for, at virksomheder indgår konkurrencebegrænsende aftaler, og at store, dominerende virksomheder presser små virksomheder ud af markedet til skade for konkurrencen. En effektiv konkurrencelov forhindrer også, at virksomheder gennem opkøb kan vokse sig meget store til skade for forbrugerne på konkrete markeder.

Flere studier har vist, at afskaffelsen af konkurrencebegrænsende love og regler har ført til højere produktivitetsvækst, lavere priser og øget beskæftigelse i en række lande. Der er eksempler på, at priserne i forskellige lande er faldet med op mod 25 pct., og at beskæftigelsen er steget med 5-15 pct.

Den nuværende økonomiske krise har nødvendiggjort indsatser på flere områder. En effektiv konkurrence vil bidrage til, at Danmark kommer hurtigere ud af krisen. Konkurrence medvirker til, at der foretages nødvendige tilpasninger i virksomhederne, og at produktiviteten forbedres, så virksomhederne gennem styrket konkurrencedygtighed kan afbøde konsekvenserne af den aftagende internationale efterspørgsel og hurtigt kan ekspandere, når konjunkturerne vender. Det er derfor vigtigt, at der ikke indføres konkurrenceforvridninger, herunder protektionistiske tiltag, der kan forlænge krisen.

Boks 1: Hovedkonklusioner

- Konkurrence er en af de grundlæggende drivkræfter bag stigninger i produktiviteten og derved en forudsætning for den økonomiske velstand i Danmark.
- Konkurrence tilskynder virksomheder til effektiviseringer og til at udnytte virksomhedens ressourcer bedst muligt.
- Konkurrence medfører, at effektive virksomheder tilgår markedet, mens ineffektive virksomheder afgår fra markedet.
- Konkurrence tilskynder virksomheder til innovation, bl.a. gennem forskning og udvikling.
- Konkurrence sikrer, at virksomheder producerer de varer og tjenester, som forbrugerne og andre virksomheder tillægger størst værdi.
- Stærk konkurrence på hjemmemarkederne øger danske virksomheders konkurrencekraft og øger beskæftigelsen.
- Konkurrence bidrager væsentligt til stigninger i produktiviteten. Et studie har fundet, at 70 pct. af produktivitetsvæksten kan tilskrives konkurrence.
- Konkurrence kan – på linje med den makroøkonomiske politik – være en hovedforklaring på forskelle i produktivitet mellem lande.
- Der er mange eksempler på, at afskaffelsen af konkurrencebegrænsende love har ført til højere produktivitetsvækst, lavere priser og øget beskæftigelse. Der er bl.a. eksempler på, at priserne i forskellige lande er faldet med op mod 25 pct. som følge af friere markeder.



- En effektiv konkurrence forudsætter, at konkurrenceloven er klar og håndhæves effektivt, at markederne er åbne over for både national og international konkurrence, at lovgivningen ikke unødigt begrænser konkurrencen, og at virksomhedernes, forbrugernes og det offentliges adfærd fremmer konkurrencen.

I afsnit 2 beskrives konkurrencens betydning for stigningen i produktiviteten og dermed vækst og velstand. Afsnit 3 beskriver konkurrencens påvirkning af effektiviteten i virksomhederne, virkningen af tilgang og afgang samt konkurrencens betydning for innovationer og forskning og udvikling. Afsnit 4 beskriver forudsætningerne for, at der kan udspille sig en effektiv konkurrence, dvs. åbenhed af markederne, konkurrenceloven og konkurrencefremmende love og regler.

2 KONKURRENCE ER KILDE TIL VELSTAND

Konkurrence er grundlæggende ”rivalisering mellem individer (grupper eller lande), som opstår, når to eller flere individer stræber efter at opnå noget, som ikke alle kan opnå”.¹ Rivaliseringen sikrer, at de mest effektive og innovative virksomheder er på markedet.

Konkurrence tilskynder en virksomhed til at blive bedre end andre virksomheder. For at opnå dette mål kan virksomheden fx specialisere sig og fokusere på forskning og udvikling, sigte mod effektiviseringer, der gør det muligt at have de laveste priser i forhold til kvaliteten, tiltrække højt kvalificeret arbejdskraft eller stræbe mod nye afsætningsmarkeder. Konkurrence giver yderligere mulighed for at nye idéer kan omsættes til værdi for samfundet, når nye virksomheder tilgår markedet.

Dermed er konkurrence drivkraften bag en lang række aktiviteter i virksomhederne, herunder at der iværksættes forsknings- og innovationsaktiviteter og for investeringer i ny teknologi mere generelt, og har således central betydning for økonomisk vækst og velstand.

Andre forhold såsom et højt uddannelses- og forskningsniveau i samfundet, et godt investeringsklima og en sund makroøkonomisk politik med lav og stabil inflation er også vigtige faktorer.²

¹ Stigler, G. J. (1987), “Competition” i Eatwell, J., Milgate, M. og Newman, P., “The New Palgrave”, London, Macmillan.

² OECD (2004), “Understanding Economic Growth”, Paris. Publikationen samler forskningen i OECD's sekretariat vedrørende de økonomiske vækstfaktorer.

Det markant lavere velstandsniveau i de tidligere og nuværende planøkonomier er tydelige eksempler på, hvad der sker på længere sigt, hvis der over en længere år-række ikke er en effektiv konkurrence. Da Berlinmuren faldt i 1989 var produktiviteten i Østtyskland således skønmæssigt under det halve af niveauet i Vesttyskland. 50 år tidligere var produktiviteten i de to dele af Tyskland på nogenlunde samme niveau.³ Fraværet af frie markeder og markedskonforme incitamenter, som er afgørende elementer i en effektiv konkurrence, var formentlig den væsentligste årsag til, at Østtyskland i så udstrakt grad sakkede bagud.

Konkurrence er en løbende proces, som virker både gennem effektiviseringer i virksomhederne, tilgang og afgang på markedet samt innovation og forskning og udvikling, jf. figur 1. Det gør det vanskeligt at opgøre, hvor meget en effektiv konkurrence kan forklare produktivitetstigningerne og betydningen for samfundsøkonomien mere generelt. Der er imidlertid ingen tvivl om, at betydningen er stor.

Flere analyser peger på, at konkurrence er meget væsentlig for produktiviteten i virksomhederne. Et studie peger på, at konkurrence, målt ved ændringer i markedsandele mellem virksomheder, kan forklare 70 pct. af de samlede produktivitetstigninger i økonomien.⁴ Konkurrence kan endvidere være en hovedforklaring – på linje med den makroøkonomiske politik – på forskelle i produktivitet mellem lande.⁵ Andre resultater peger på, at virksomheder, der er udsat for en intens konkurrence, har en højere produktivitet end virksomheder, der møder en svag konkurrence.⁶

Analyser peger også på, at konkurrence øger stigningstakten i produktiviteten. Det sker som følge af, at virksomheder udvikler nye produkter og processer hurtigere,

³ Schleifer, J. (2006), "Planning ahead and falling behind: the East German economy in comparison with West Germany 1936-2002", Akademie Verlag.

⁴ Baldwin, J.R. og Gu, W. (2006), "Competition, Firm Turnover and Productivity Growth", *Economic Analysis Research Paper Series No. 42, Statistics Canada*. Tidligere studier har fundet et lavere bidrag til produktiviteten fra konkurrence, bl.a. Scarpetta, S., Hemmings, P., Tressel, T., og Woo, J. (2002), "The role of policy and institutions for productivity and firm dynamics: Evidence from micro and industry data", *OECD Economics Department Working Paper No. 329* og Jensen, C.B. og Treppendahl, M.B. (2003), "Dynamik, iværksættere og produktivitet", *Økonomi- og Ervervsministeries arbejdspapir nr. 1/2003*. Der er imidlertid meget der taler for, at bidraget fra konkurrence til stigninger i produktiviteten undervurderes i de tidligere studier. Konkurrencens bidrag til produktivitetstigninger opgøres med en mere præcis metode i det nyere studie.

⁵ Lewis, W.W. (2004), "The Power of Productivity", *The University of Chicago Press*. Konklusionen er baseret på detaljerede studier af en række sektorer i Europa, USA, Japan, Sydkorea, Brasilien, Rusland og Indien.

⁶ Asplund, M. og Nocke, V. (2005), "Firm Turnover in Imperfectly Competitive Markets", *Review of Economic Studies*, vol. 73(2), s. 295-327.

når der er konkurrence, og at tilgang til markederne yderligere tilskynder virksomhederne til effektiviseringer, som øger produktiviteten, jf. boks 2.⁷

Boks 2: Konkurrence øger produktiviteten

Flere omfattende studier har fundet en positiv sammenhæng mellem produktivitet og konkurrence, jf. tabel 1. Studierne finder, at højere tilgangsrate, lave avancer og lavere koncentration på markederne hver især bidrager til højere produktivitet i virksomhederne, både i form af højere produktivetsniveau og højere produktivetsstigninger. Produktiviteten er opgjort enten som totalfaktorproduktiviteten (TFP) eller arbejdskraftproduktiviteten.

Tabel 1: Empiriske studier af konkurrencens betydning for produktiviteten

Analyse	Datagrundlag	Resultater
Aghion, Blundell, Griffith, Howitt og Prantl (2004)¹	Statistiske oplysninger om 3.827 virksomheder i 166 brancher fra 1980-1993.	Øget tilgang øger væksten i produktiviteten.
Nickell (1996)²	Statistiske oplysninger om 700 britiske virksomheder fra 1972-1986.	Der er højere TFP vækst i virksomheder med lavt overskud, og produktivetsniveauet er højere på mindre koncentrerede markeder.
Haskel (1991)³	Statistiske oplysninger fra 81 britiske brancher fra 1980-1986.	Øget konkurrence medfører højere arbejdskraftproduktivitet.
Baldwin og Gu (2006)⁴	Statistiske oplysninger fra 28.000 canadiske fremstillingsvirksomheder fra 1973-1999.	Konkurrence bidrager til 70 pct. af produktivetsvæksten.
Jorgensen og Nomura (2007)⁵	Statistiske oplysninger fra 42 brancher i USA og Japan fra 1960-2004	Åbne markeder og øget konkurrence fra udlandet øger produktiviteten.

⁷ Flere studier har forsøgt at opgøre de samlede gevinster for samfundsøkonomien ved en forbedring i konkurrencen, jf. *Det Økonomiske Råd, Dansk Økonomi, efterår 2005, kap. II, Christensen, C. E. og Hoffman, A. E. (2000), "De dynamiske effekter af øget konkurrence", Erhvervsministeriet og Roeger, W., Varga, J. og Velt, J., (2008), "Structural Reforms in the EU: A simulation-based analysis using the QUEST model with endogenous growth", Europa-Kommissionen. Opgørelserne er imidlertid behæftet med meget stor usikkerhed. Det skyldes bl.a. konkrete vanskeligheder med at måle styrken af konkurrencen i økonomien, samt hvor meget ændringer i konkurrencen slår igennem på makroøkonomiske variable som forbrug, investeringer og BNP. I dette konkurrence tema refereres resultater baseret på data på virksomheds- og brancheniveau, som vurderes at være mere solide.*

Asplund og Nocke (2006)⁶	Statistiske oplysninger og interviews fra 1.030 svenske frisersaloner.	Der er større omsætning af virksomheder på konkurrenceudsatte markeder, og effektiviteten hos de eksisterende virksomheder er højere, når der er virksom konkurrence.
<p>Note 1: Aghion, P., Blundell, R., Griffith, R., Howitt, P. og Prantl, S. (2004), "Entry and Productivity Growth: Evidence from micro-level panel data", <i>Journal of the European Economic Association, Papers and Preceedings</i> 2 s. 265-276.</p> <p>Note 2: Nickell, S. J. (1996), "Competition and corporate performance", <i>Journal of Political Economy</i>, Vol. 104(4).</p> <p>Note 3: Haskel, J. (1991), "Imperfect Competition, Work Practices and Productivity Growth", <i>Oxford Bulletin of Economics and Statistics</i>, Vol. 53(3).</p> <p>Note 4: Baldwin, J. R. og Gu, W. (2006), "Competition, Firm Turnover and Productivity Growth", <i>Economic Analysis Research Paper Series No. 42</i>, Statistics Canada.</p> <p>Note 5: Jorgensen, D. W. og Nomura, K. (2007), "The Industry Origins of the US-Japan Productivity Gap", <i>KEO disc. paper</i> 105.</p> <p>Note 6: Asplund, M. og Nocke, V. (2005), "Firm Turnover in Imperfectly Competitive Markets", <i>Review of Economic Studies</i>, Vol. 73(2), s. 295-327.</p>		

Stærk konkurrence er medvirkende til såvel højere niveau som højere vækst i totalfaktorproduktiviteten (TFP). Lande eller brancher opnår således ikke blot en højere produktivitet, når der er en virksom konkurrence, de er også i stand til at øge produktiviteten hurtigere.⁸ Svag konkurrence kan på den anden side lede til lønninger, der er for høje i forhold til produktiviteten og dermed til lavere konkurrencekraft.

En vigtig måde, hvorpå konkurrencen udspiller sig, er ved tilgang og afgang af virksomheder. Tilgang af nye virksomheder er med til at lægge et pres på de eksisterende virksomheder på markedet. I 1980'erne gennemførte Storbritannien en række reformer, der forbedrede udenlandske virksomheders muligheder for at komme ind på de britiske markeder. Det medførte en højere tilgang til de britiske markeder – målt som højere beskæftigelse i udenlandsk ejede virksomheder. Det forøgede produktivitetsvæksten mærkbart i de virksomheder, der allerede var på markedet.⁹

Et andet studie finder, at der er større tilgang og afgang af virksomheder på konkurrenceudsatte markeder, og at effektiviteten hos de eksisterende virksomheder

⁸ Nickell, S. J. (1996), "Competition and corporate performance", *Journal of Political Economy*, Vol. 104(4). Studiet er et af de mest omfattende studier af sammenhængen mellem konkurrence, produktivitet og vækst. Effekten af konkurrence på produktivetsniveauet måles ved markedsandelene, mens graden af konkurrence måles ved blandt andet koncentrationsgrad, importandele, virksomhedsstørrelser og graden af overnormal profit (avancer).

⁹ Aghion, P., Blundell, R., Griffith, R., Howitt, P. og Prantl, S. (2004), "Entry and Productivity Growth: Evidence from micro-level panel data", *Journal of the European Economic Association, Papers and Preceedings* s. 265-276. Studiet tager højde for en række forhold, der kan påvirke sammenhængen og kausaliteten, herunder at der ved tilgang af virksomheder sker en udskiftning af virksomhederne på markedet, og at det påvirker den samlede produktivitet.

er højere, når der er virksom konkurrence.¹⁰ Ineffektive virksomheder vil således afgå hurtigere fra markeder, hvor konkurrencen er virksom. Det skyldes, at de eksisterende virksomheder presses til at øge effektiviteten for at overleve på et marked med virksom konkurrence. På et marked med svag konkurrence er der mindre pres på de mindst effektive virksomheder, som kan være længere tid på markedet.

Det er klare eksempler på, at åbne markeder og derved følgende øget konkurrence giver mere effektive virksomheder og fører til højere vækst.

Konkurrencen inden for brancher har typisk stor betydning for produktiviteten. Et eksempel er, at væksten i produktiviteten for det amerikanske teleselskab AT&T, der opererede i det konkurrenceudsatte amerikanske marked for langdistancetelefonopkald, var op til 14 gange højere end i de regionale telefonmonopoler, der ikke havde samme grad af konkurrenceudsættelse.¹¹

Den japanske økonomi er et andet eksempel.¹² Produktivitetsvæksten i den gyldne periode 1960-1990, hvor Japan oplevede en kraftig vækst, kan overvejende henføres til en kraftigt stigende produktivitet i relativt få brancher, der var udsat for international konkurrence. Disse brancher har i dag en produktivitet, der er højere end i USA.

Den generelt lavere produktivitet i Japan i forhold til USA stammer derimod primært fra nationalt orienterede brancher, der ikke – eller kun i begrænset omfang – er udsat for konkurrence fra udlandet, jf. boks 3. Flere af de nationalt beskyttede brancher består af mindre, lokale virksomheder, der ikke er udsat for konkurrence, mens brancherne i USA i højere grad er præget af landsdækkende eller regionale virksomheder og kæder, der konkurrerer indbyrdes. Det er sandsynligvis en vigtig forklaring på produktivitetsforskelle i disse brancher.¹³

¹⁰ Asplund, M. og Nocke, V. (2005), "Firm Turnover in Imperfectly Competitive Markets", *Review of Economic Studies*, Vol. 73(2), s. 295-327.

¹¹ Gort, M. and Sung, N. (1999), "Competition and productivity growth: the case of the US telephone industry", *Economic Inquiry*, Vol. 37(4). Studiet omfatter perioden 1985 til 1991.

¹² Jorgensen, D. W. og Nomura, K. (2007), "The Industry Origins of the US-Japan Productivity Gap", *Keio Economic Observatory (KEO) disc. paper 105* og OECD (2009), "Competition and financial markets", DAF/COMP/WD(2009)19.

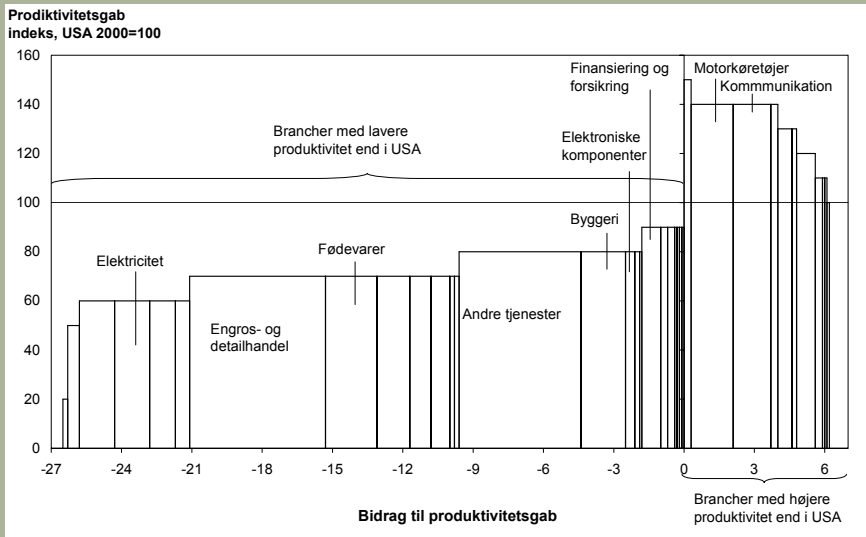
¹³ Lewis, W.W. (2004), "The Power of Productivity", *The University of Chicago Press*.

Boks 3: Produktivitet i Japan og USA

Produktivitetsstigningerne i Japan op til starten af 1990'erne var markante. Men produktiviteten i Japan var fortsat ca. 20 pct. lavere end i USA i 2000. Den forskel kaldes også produktivetsgab. Den japanske produktivitet – målt ved totalfaktorproduktiviteten (TFP) – er i dag højere end i USA i 17 ud af 40 brancher. Brancherne er typisk internationalt konkurrenceudsatte industrier som motorkøretøjer, kommunikation, finansiering og forsikring samt elektroniske komponenter. Disse brancher giver et positivt bidrag til produktivetsgab på ca. 6 procentenheder, jf. den vandrette akse i figur 2.

Cirka en tredjedel af bidraget til produktivetsgab i forhold til USA stammer derimod fra engros- og detailhandlen og andre tjenester. Fødevarer, byggeri og elektricitet bidrager også betydeligt til gabet, jf. figur 2. Disse brancher er alle nationalt orienterede brancher, der ikke eller kun i begrænset omfang er udsat for konkurrence fra udlandet. Samlet bidrager disse brancher med ca. 27 procentenheder til produktivetsgab.

Figur 2: Produktivetsgab mellem Japan og USA, 2000



Ann.: Figuren viser forskellene i totalfaktorproduktiviteten (TFP) i japanske brancher i forhold til amerikanske (lodrette akse) og branchernes bidrag til det samlede produktivetsgab (vandrette akse). En værdi over 100 på den lodrette akse betyder, at produktiviteten er højere i den japanske branche end i den amerikanske, mens den vandrette akse måler, hvor meget branchen bidrager til det samlede produktivetsgab.

Kilde: Jorgensen, D.W. og Nomura, K. (2007), "The Industry Origins of the US-Japan Productivity Gap", Keio Economic Observatory (KEO) disc. paper 105.

En beslægtet årsag til den lave vækst i Japan kan være udbredt statsstøtte til ineffektive virksomheder og brancher i tilbagegang, dvs. har reduceret produktivetsfremmende investeringer.¹⁴ Fra flere sider er der peget på, at Japan i 1990'ernes krise ikke havde tilstrækkelig fokus på at fjerne konkurrencebegrænsende barrierer og åbne mere op for konkurrencen, både internt i Japan og fra udlandet. Det medvirkede til, at produktiviteten i Japan stagnerede i 1990'erne.

Korea gennemlevede også en kraftig krise i forbindelse med den asiatiske krise i slutningen af 1990'erne, men kom hurtigere ud af den end Japan. En af årsagerne var formentlig, at landet havde fokus rettet mod konkurrencefremmende reformer.¹⁵

Gevinster ved liberalisering

Der er mange eksempler på, at justeringer af regler og love har givet lavere priser, øget beskæftigelse og øget produktivitet. Flere studier har fundet, at afskaffelsen af konkurrencebegrænsende regulering har ført til prisfald på op mod 20-50 pct. De australske myndigheder har vurderet, at reformerne i 1990'erne har forøget borgernes indkomst med omkring 5.000 kr., jf. boks 4.

Boks 4: Store gevinster ved friere markeder

I Australien blev der i 1990'erne gennemført en række forbedringer af konkurrencen. Den australske produktivitetskommission (APC) fandt i en undersøgelse af effekterne af reformerne, at Australiens BNP-niveau steg med 2,5 pct. som følge af reformerne. Det svarer til, at den gennemsnitlige australiers indkomst blev forøget med ca. 5.000 kr. som følge af reformerne. APC fandt også en række eksempler på prisfald i flere sektorer, jf. tabel 2. Prisfaldet kan dog også skyldes andre forhold end øget konkurrence.

Tabel 2: Prisfald i Australien

Sektor	Prisfald
Elektricitet	19 pct.
Godstransport (jernbane)	8-42 pct.
Havneafgifter	50 pct.
Telefoni	20 pct.

Kilde: Australian Government Productivity Commission (2005), "Review of National Competition Policy Reforms", Productivity Commission Inquiry Report nr. 33.

¹⁴ Hayashi, F. og Prescott, E. P. (2002), "The 1990s in Japan: A Lost Decade", *Review of Economic Dynamics*, 5(1), januar 2002, s. 206-235 og Andolfatto, D. "Monetary Implications of the Hayashi-Prescott Hypothesis for Japan", *Monetary and Economic Studies*, 2003, 21 (4), s. 1-20.

¹⁵ Jf. dokumenter forelagt OECD's Competition Committee, DAF/COMP/WD(2009)15/AAD1 og DAF/COMP/WD(2009)19.

I mange lande var konkurrencen om godstransport på veje tidligere hæmmet af høje reguleringsmæssige barrierer og offentlig kontrol med kvalitet og pris. Liberaliseringerne af godstransport på vejene i 1980'erne og 1990'erne har ført til bl.a. lavere priser på mellem godt 10 pct. og knap 40 pct. og øget beskæftigelse på mellem 5 pct. og godt 15 pct., jf. tabel 3.

Tabel 3: Samfundsøkonomiske gevinster ved liberalisering af godstransport på vej

Land	Variable	Effekt
Storbritannien	Priser	25 pct. reduktion
USA	Priser	12 – 25 pct. reduktion
New Zealand	Priser	25 pct. reduktion
Frankrig	Priser	15 pct. reduktion
USA	Beskæftigelse	16 pct. stigning
Mexico	Priser	37 pct. reduktion
Mexico	Beskæftigelse	5 pct. stigning

Ann.: Boylaud har samlet en række studier, der viser positive effekter af liberaliseringer af markedet for vejtransport: Øget produktivitet, mere transport, bedre kvalitet, højere effektivitet, øget tilgang, hurtigere teknologisk udvikling, lavere omkostninger og lavere priser.

Kilde: Boylaud, O. (2000), "Regulatory Reform in Road Freight and Retail Distribution", *OECD Working Papers*, nr. 255.

Afskaffelse af konkurrencebegrænsende regulering, og den deraf følgende øgede konkurrence, kan desuden føre til, at ny teknologi bliver taget hurtigere i brug. Et eksempel herpå er dereguleringen i de amerikanske detailbanker og i den amerikanske luftfartsindustri i slutningen af 1970'erne. Den øgede konkurrence i begge brancher medførte et behov for effektiviseringer. Det gav et stort pres på virksomhederne for massive investeringer i computerteknologi. Således blev computere indført væsentligt hurtigere og i væsentlig større omfang i USA end i Europa, hvor brancherne fortsat var regulerede. Resultatet var en betydelig højere produktivitetsvækst i disse brancher i USA sammenlignet med Europa.¹⁶

Konkurrence øger også beskæftigelsen. Afskaffelsen af konkurrencebegrænsende regler og strukturreformer på arbejdsmarkedet i en række OECD-lande i løbet af 1980'erne og 1990'erne medførte en stigning i produktionen og således et behov for mere arbejdskraft. Et studie finder fx, at reformerne har reduceret arbejdsløsheden i Danmark i perioden fra 1988 til 1998 med 2,2 procentpoint, og oprettelsen

¹⁶ Lewis, W.W. (2004), "The Power of Productivity", The University of Chicago Press.

af det indre marked har i sig selv reduceret arbejdsløsheden i Danmark med 0,8 procentpoint.¹⁷

3 KONKURRENCE GIVER EFFEKTIVITET, DYNAMIK OG INNOVATION

Konkurrence stiller krav til, at virksomhederne hele tiden tilpasser sig. Det viser sig både internt i virksomhederne og ved, at effektive virksomheder vinder markedsandele på bekostning af ineffektive virksomheder. Desuden styrker konkurrence innovation og udvikling i brancherne. I det følgende beskrives de forskellige kanaler gennem hvilke, konkurrencen bidrager til øget vækst og velstand.

Konkurrence øger virksomheders effektivitet

Konkurrence øger effektiviteten i udnyttelsen af virksomhedernes ressourcer. Det skyldes, at gevinsten ved at effektivisere virksomhedens drift er større på markeder med konkurrence, og at virksomhedslederne har større tilskyndelse til at gennemføre effektiviseringer, jf. boks 5.

Boks 5: Konkurrence og ineffektive virksomheder

Konkurrence er med til at reducere spild i virksomhederne, dvs. når en virksomhed ikke formår at opnå størst mulig output for et givent inputniveau. Det kaldes også teknisk inefficiens eller x-inefficiency. Konkurrence reducerer spild i virksomhederne gennem flere kanaler.

Før det første har virksomheder på konkurrenceudsatte markeder en større risiko for at gå konkurs. Det øger incitamentet til at reducere spild i virksomhederne (og omkostningerne mere generelt).¹

En relateret effekt er, at konkurrencepresset fra potentielle nye virksomheder får de eksisterende virksomheder til at opføre sig, som om der var konkurrence på markedet for derved at mindske risikoen for, at der kommer nye konkurrenter. Det indebærer bl.a., at virksomhederne vil reducere spild i virksomhederne.



¹⁷ Griffith, R., Harrison, R. og Macartney G. (2006), "Product Market Reforms, Labour Market Institutions and Unemployment", IFS, Working Paper 06/06. Data omfatter 14 OECD-lande i perioden 1986-2000. På markeder med svag konkurrence vil virksomhederne begrænse vareudbuddet for at opretholde en høj pris. Når konkurrencen øges, presses prisen ned, hvilket øger efterspørgslen. Det skaber grundlag for en højere produktion og højere samlet beskæftigelse.

For det andet gør tilstedeværelsen af konkurrenter det muligt at sammenligne virksomheders resultater. Det lægger et pres på lederne af virksomheder, der klarer sig relativt dårligere end andre virksomheder. Det øger virksomhedslederens incitament til at effektivisere virksomheden.²

For det tredje reagerer forbrugerne generelt stærkere på ændringer i prisen på konkurrenceudsatte markeder, dvs. der alt andet lige er en højere efterspørgselselastisitet på konkurrenceudsatte markeder. Lavere priser tiltrækker således en større kundegruppe på konkurrenceudsatte markeder. Ved at reducere x-inefficiency kan en virksomhed bringe omkostningerne (og dermed prisen) ned.³ Det giver en større gevinst på et konkurrenceudsat marked.

Note 1: Schmidt M. K. (1997), "Managerial Incentives and Product Market Competition", *Review of Economic Studies*, Vol. 64(2).

Note 2: Nalebuff, B. J. og Stiglitz, J. E. (1983), "Information, Competition and Markets", *The American Economic Review, Papers and Proceedings*, Vol. 73(2).

Note 3: Willig R. D. (1987), "Comparative Governance and Market Structure" i Rasin, A. og Sadka, E. *Econometric Policy in Theory and Practice*, Macmillan, London.

Konkurrence tilskynder således ledelsen til at skabe effektiviseringer og bedre udnyttelse af ressourcerne i virksomheden. Det mindsker spild i virksomhederne og øger produktiviteten, jf. tabel 4.¹⁸

¹⁸ Bloom, N. og Van Reenen, J. (2007), "Measuring and Explaining Management Practices across Firms and Countries", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 72(4), s. 1351-1408. Konkurrencen måles ved tre forskellige indikatorer: Importraten, (det inverse af) Lerner-indekset og antal konkurrenter. Alle tre indikatorer viser en positiv signifikant effekt på ledelsens præstationer. Ledelsens præstationer er målt ved en omfattende spørgeundersøgelse blandt virksomhedsledere. God ledelse har en positiv effekt på produktiviteten, profitabiliteten, Tobins Q , overlevelsesevnen på markedet og væksten i omsætningen.

Tabel 4: Empiriske studier af konkurrencens indflydelse på effektiviteten i virksomheder

Analyse	Konkurrencens påvirkning af:	Datagrundlag	Resultater
Bloom, og Van Reenen (2007)¹	Ledelsens præstationer. Måles på, hvor god ledelsen er til at effektivisere og videreudvikle virksomheden.	Survey blandt og regnskabsoplysninger for knap 750 mellemstore fremstillingsvirksomheder i USA, Storbritannien, Tyskland og Frankrig.	Konkurrence har en positiv effekt på ledelsens præstationer. Gode ledelsespræstationer medfører bl.a. højere produktivitet.
Green og Mayes (1991)²	Omfanget af ineffektivitet.	Statistiske oplysninger om 19.023 britiske virksomheder i 1977.	Op mod halvdelen af den opgjorte ineffektivitet kan forklares ved branchekarakteristika, som bl.a. afspejler konkurrencen.

Note 1: Bloom, N. og Van Reenen, J. (2007), "Measuring and Explaining Management Practices across Firms and Countries", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 72(4) s. 1351-1408.

Note 2: Green, A. og Mayes, D. (1991), "Technical inefficiency in Manufacturing Industries", *The Economic Journal*, Vol. 101(406), s. 523-538.

Endvidere peger resultater på, at halvdelen af britiske virksomheders ineffektivitet skyldes branchespecifikke variable som bl.a. koncentrationsgraden i branchen, åbenhed over for konkurrence fra udlandet samt produktdifferentiering. Disse forhold er bl.a. udtryk for graden af konkurrence.¹⁹

Udskiftning af virksomheder på markedet øger produktiviteten

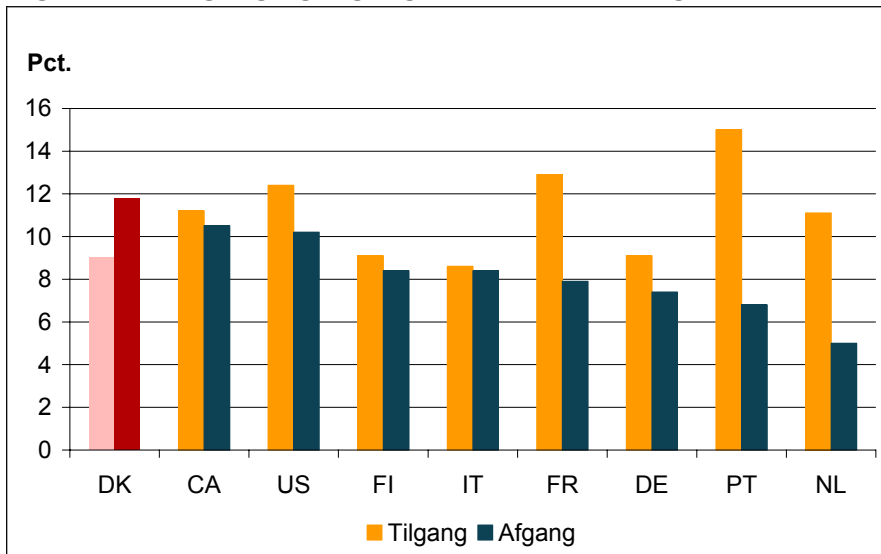
Tilgang af nye virksomheder er en af de vigtigste kilder til at skabe et effektivt konkurrencepres. De virksomheder, der ikke er i stand til at tilpasse sig udviklingen på markedet, vil efterhånden afdå fra markedet. Dermed vil de mest effektive virksomheder efterhånden erstatte de mindre effektive virksomheder. Det fører til højere produktivitet i økonomien som helhed.²⁰

¹⁹ Green, A. og Mayes, D. (1991), "Technical inefficiency in Manufacturing Industries", *The Economic Journal*, Vol. 101(406), s. 523-538. Studiet identificerer inefficiens i knap halvdelen af fremstillingssektorene i Storbritannien. I tekniske termer finder studiet en u-formet sammenhæng mellem koncentrationen af de fem største virksomheder i branchen (CR5) og teknisk inefficiens, jf. boks 5 for en beskrivelse af teknisk inefficiens. Det kan dog ikke konkluderes, hvorvidt ændringer i CR5 fører til mere eller mindre efficiens på baggrund af undersøgelsen, da data er et såkaldt cross-section datasæt, der ikke kan vise årsagssammenhængen.

²⁰ Det er dog ikke altid meget effektive virksomheder, der træder ind på markedet. Der kan være en læreproces i at være på et marked, så nye virksomheder først bliver lige så effektive som eller mere effektive end de eksisterende virksomheder over tid. Hvis konkurrencen er dårlig eller efterspørgslen er meget stor, kan nye virksomheder med lav produktivitet komme ind på markedet. Det kan bidrage til en lavere produktivitet.

Hvert år sker der således en stor udskiftning af virksomheder i Danmark og andre lande. Der tilgår og afgår, hvad der svarer til mellem 8 og 12 pct. af de private virksomheder hvert år i Danmark. Samlet set vil en femtedel af alle danske private virksomheder enten være nye på markedet eller lukke inden for et år. Det samme er tilfældet i andre lande, jf. figur 3.

Figur 3: Tilgang og afgang af virksomheder, gns. 1989-1994



Anm.: Tilgang er opgjort som antal nye virksomheder i økonomien, målt i forhold til det samlede antal virksomheder i økonomien i året. Afgang er antal afgåede virksomheder i økonomien, målt i forhold til det samlede antal virksomheder i økonomien året før. Tilgang og afgang er opgjort for hovedparten af økonomiens brancher, med undtagelse af landbrug og lokale tjenesteydelser.

Kilde: OECD (2004), "Understanding Economic Growth", Paris.

Tilgang og afgang er en måde, hvorpå markedet frasorterer de ineffektive virksomheder. Fx har virksomheder, der er højproduktive, når de tilgår markedet, 70 pct. større chance for at overleve 10 år på markedet end virksomheder, der er lavproduktive, når de tilgår markedet.²¹

Udskiftningen af virksomheder er bl.a. et resultat af en såkaldt "kreativ destruktion" på markedet, hvor nye virksomheder tilgår markedet med ny teknologi og nye produkter, som er bedre end det, der allerede er på markedet.²² Det lægger et pres

²¹ Haskel, J. (2000), "What raises productivity? The microeconomics of UK productivity growth", Queen Mary, University of London Research Paper, draft paper. Der indgår 158.000 produktionsvirksomheder i Storbritannien i undersøgelsen. Data er indsamlet i perioden fra 1980 til 1992.

²² Schumpeter, J.A. (1942), "Capitalism, Socialism and Democracy", New York, Harper & Row.

på de eksisterende virksomheder om at innovere. De virksomheder, som ikke er i stand til at følge med den teknologiske udvikling og produktudviklingen, vil afgang fra markedet. Dermed øges produktiviteten på markedet.

En række studier forsøger at opgøre, hvor stor en andel af den samlede produktivtetsvækst, der kan tilskrives udskiftningen af virksomheder, jf. boks 6.

Boks 6: Betydning af tilgang og afgang for produktiviteten

Det er beregningsteknisk muligt at opdele stigningen i produktiviteten i tre bidrag. Det første bidrag afspejler stigninger i produktiviteten blandt de eksisterende virksomheder inden for en branche, uden hensyntagen til ændringer i markedsandele ('internt'). Det andet bidrag kan henføres til produktivitetsstigninger, som skyldes forskydninger af markedsandelene mellem eksisterende virksomheder. Det tredje bidrag skyldes stigninger i produktiviteten som følge af tilgang og afgang af virksomheder.

Fleere forskellige studier har opdelt produktivtetsvæksten og fundet, at tilgang og afgang er årsag til ca. 10-40 pct. af stigningen i produktiviteten, jf. tabel 5. Det 'interne' bidrag er ifølge studierne ca. 60-100 pct., mens bidraget fra forskydninger mellem eksisterende virksomheder varierer fra ca. -20 pct. til 20 pct.

Tabel 5: Bidrag til produktivtetsvæksten

	Internt	Mellem virksomheder	
		Eksisterende virksomheder	Tilgang og afgang
---- Procent bidrag til gns. årlig stigning i produktiviteten ----			
Danmark (1997-2002)¹			
- Total	99	-16	16
- Fremstilling	71	17	12
- Service	106	-23	17
Udvalg af lande, fremstilling (1992-1997)²			
- Finland ³	58	17	25
- Frankrig ⁴	87	0	9
- Nederlandene	68	-7	37
- Portugal	66	-6	40
- Storbritannien	77	-7	29
- USA	100	-20	20

Anm.: Summen af bidragene til produktiviteten afviger fra 100 for Frankrig og Nederlandene pga. afrunding.

Note 1: Jensen, C.B. og Treppendahl, M.B. (2003), "Dynamik, iværksættere og produktivitet", Økonomi- og Ervervsministeriets arbejdsrapport nr. 1/2003. Produktivitet er opgjort som TFP.

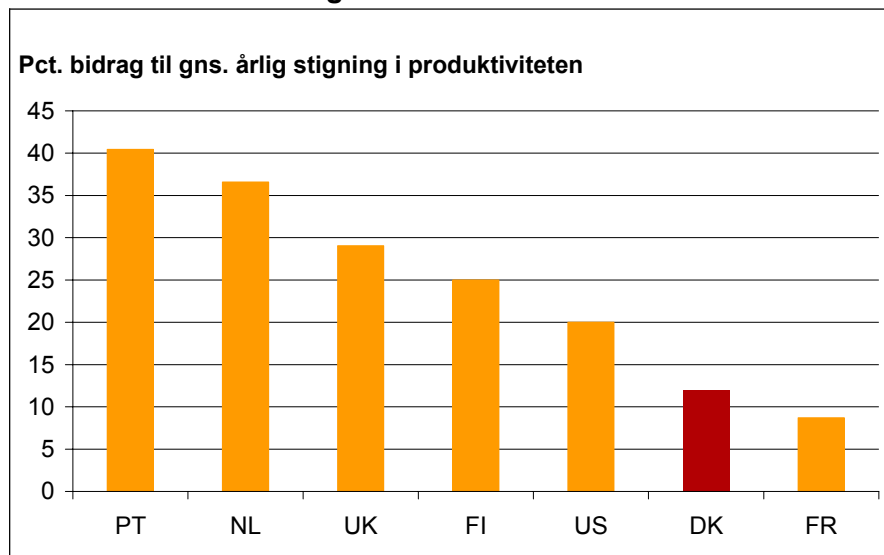
Note 2: Scarpetta, S., Hemmings, P., Tressel, T., og Woo, J. (2002), "The role of policy and institutions for productivity and firm dynamics: Evidence from micro and industry", OECD Economics Department Working Paper nr. 329. Produktivitet er opgjort som arbejdskraftproduktivitet.

Note 3: 1989-1994.

Note 4: 1987-1992.

Den andel af den samlede produktivetsstigning, som skyldes tilgang og afgang, varierer fra land til land. Udskiftningen af virksomheder er årsag til ca. 10-40 pct. af produktivetsvæksten i fremstillingserhvervene for de OECD-lande, der findes opgørelser for, jf. figur 4. Tal for Danmark peger på, at 12 pct. af væksten i produktiviteten i fremstillingserhvervene og 16 procent i økonomien under ét kan henføres til udskiftning af virksomheder i branchen.²³

Figur 4: Bidrag til produktivetsvækst fra tilgang og afgang i fremstillingserhverv



Note: Tidsperioderne varierer mellem landene, således at Finland dækker 1989-1994, Nederlandene, Portugal, Storbritannien og USA 1992-1997, Frankrig 1987-1992, Canada 1989-1999 og Danmark 1997-2002.

Kilde: Økonomi- og Erhvervsministeriet, Vækstregørelse (2004) og Scarpetta, S., Hemmings, P., Tressel, T. og Woo, J. (2002), "The role of policy and institutions for productivity and firm dynamics: Evidence from micro and industry", OECD Economics Department Working Paper No. 329 og egne beregninger.

²³ Økonomi- og Erhvervsministeriet, Vækstregørelse (2004).

Et andet studie har peget på, at tilgang og afgang forklarer op mod 90 pct. af produktivtetsvæksten (totalfaktorproduktiviteten) og halvdelen af væksten i arbejdskraftproduktiviteten i britiske produktionsvirksomheder perioden 1980-1992.²⁴ Afgang kan også skyldes, at en virksomhed lukker ineffektive dele af virksomheden og dermed gør virksomheden mere tilpassningsdygtig og sikrer, at virksomheden udnytter ressourcerne bedre.

Konkurrence kan på længere sigt bidrage til, at arbejdsstyrken i en branche bliver dygtigere. Når nye virksomheder anvender mere effektive produktionsprocesser og samtidig tiltrækker medarbejdere fra ineffektive virksomheder vil det øge arbejdsstyrkens kvalifikationer. Øget konkurrence får medarbejderne til hurtigere at skifte job fra de teknologisk set tilbagestående virksomheder til de teknologisk set førende virksomheder.²⁵ Et jobskifte mod en mere produktiv virksomhed kan desuden være motiveret af, at virksomheden er i stand til at tilbyde en højere løn.

Det er oftest forbundet med visse omkostninger for virksomheder at gå ind på nye markeder. Hvis barriererne til et marked er store, har ineffektive virksomheder bedre muligheder for at blive længe på markedet. Administrative opstartsomkostninger kan derfor hæmme produktiviteten. Et studie viser, at forskelle i administrative opstartsomkostninger kan forklare mellem 10-20 pct. af forskellen i totalfaktorproduktiviteten mellem Europa og USA.²⁶

Konkurrence styrker innovationen

Konkurrence er afgørende for virksomheders tilskyndelse til innovation og forskning og udvikling. Innovation skaber nye varer og tjenester til gavn for forbrugerne og andre virksomheder. Innovation kan bl.a. reducere omkostningerne, øge effektiviteten i virksomhederne og øge indtjeningen. Både udviklingen af nye varer

²⁴ Disney, R., Haskel, J. og Heden, Y. (2003), "Restructuring and productivity growth in UK manufacturing", *The Economic Journal*, vol. 113(489), s. 666-694. Tilgang indikeres ved ændringen i antal ansatte i udenlandske virksomheder i en branche. Studiet anvender statistiske oplysninger om 140.000 produktionsvirksomheder i Storbritannien i årene 1980-1992.

²⁵ Aghion, P. og Howitt, P. (1998), "Endogenous Growth Theory", MIT Press, Cambridge, Massachusetts, kalder denne effekt "mobilitetseffekten". Studiet anvender en teoretisk model og finder en højere vækstrate i ligevægt i en såkaldt learning-by-doing model med endogen vækst.

²⁶ Poschke, M. (2006), "The regulation of entry and aggregate productivity", *EUI Working Papers, ECO nr. 2006/21*. Studiet finder, at lande med høje administrative opstartsomkostninger har lavere arbejdskraftproduktivitet, lavere totalfaktorproduktivitet, mere kapitalintensiv produktion og lavere omsætning. Høje administrative opstartsomkostninger kan også føre til et højere investeringsniveau og mere kapitalintensiv produktion. Det virker i sig selv som en adgangsbarriere, der beskytter de virksomheder, der allerede er på markedet, fra konkurrence. Hvis der er stordriftsfordele på et marked, vil det typisk være forbundet med væsentlige investeringer at gå ind på markedet. I andre tilfælde kan der være offentlig regulering, der enten fordyrer indtræden på markedet eller på anden måde begrænser adgangen.

og omkostningsbesparende innovationer øger produktiviteten i virksomhederne og skaber større velstand i samfundet.²⁷

Der skelnes typisk mellem to typer af innovation. *Procesinnovation* er udviklingen af nye metoder til at producere varer eller tjenester på, der reducerer omkostningerne ved en given produktion. Procesinnovation frigiver ressourcer, som kan anvendes andre steder i virksomheden, og øger dermed effektiviteten i virksomhederne.

Produktinnovation forbedrer kvaliteten af de eksisterende produkter eller fører til helt nye produkter.²⁸ Det giver virksomhederne mulighed for at kunne vokse i markedet ved at vinde markedsandele fra andre virksomheder eller gå ind på helt nye markeder. Produktinnovation kan også indeholde procesinnovationer i det omfang, der fx udvikles nye maskiner, som forbedrer produktionen.

Innovationer kan også handle om at udvikle nye salgs- og markedsføringsmetoder eller kan være innovation inden for en virksomheds forretningsmodel eller organisering. I 2004 var der fx marketingsinnovationer og organisatoriske innovationer i 2/3 af de danske virksomheder.²⁹

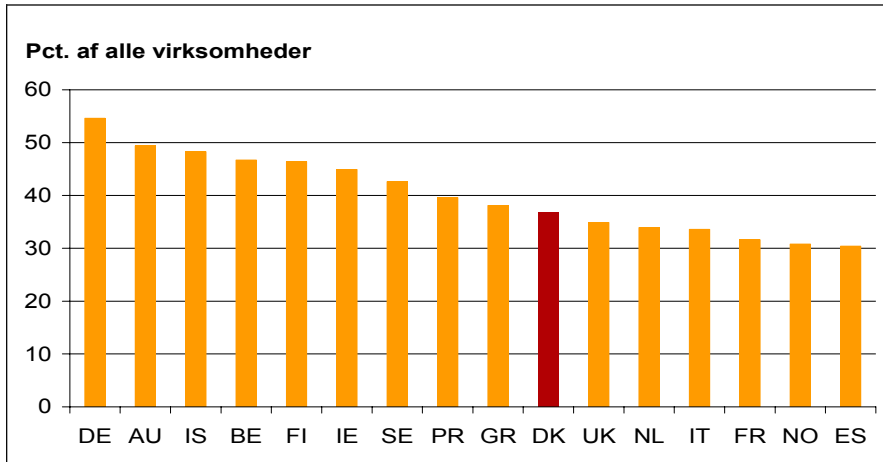
Innovationen i danske virksomheder er lidt under gennemsnittet af innovationen i virksomheder i andre lande, jf. figur 5. Fra 2004 til 2006 introducerede 37 pct. af de danske virksomheder mindst én produkt- eller procesinnovation.

²⁷ Sammenhængen mellem forskning og udvikling og produktivitet er bl.a. påvist af Cameron, G. (2003), "Why did UK manufacturing productivity growth slow down in the 1970s and speed up in the 1980s?", *Economica*, Vol. 70. Studiet finder, at en 1 pct. stigning i forskning og udvikling øgede TFP med 0,2-0,3 pct i 1980'erne i Storbritannien. I et ældre studie vises på linje hermed, at en 1 pct. stigning i forskning og udvikling øger TFP-væksten med 0,07 pct, jf. Griliches, Z. (1980), "R&D and productivity: Econometric results and measurement issues" i Stoneman, P. (ed.), (1995), "Handbook of the Economics of Innovation and Technological Change", Blackwell Publishing. Artiklerne påviser dog ikke sammenhængen mellem konkurrence og produktivitet, der virker gennem innovation og forskning og udvikling. Dette beskrives nedenfor.

²⁸ En forbedring i et produkts kvalitet eller udviklingen af et helt nyt produkt giver en forbedring i produktiviteten. Teknisk viser det sig ved en stigning i den såkaldte volume- eller mængdekomponent af bruttoverditilvæksten i nationalregnskabet. Det gælder også, hvis der sker et skifte i forbruget over mod produkter af højere kvalitet, jf. Danmarks Statistik (2002), Nationalregnskab, Fastprismålinger, Kilder og metoder.

²⁹ Regeringen (2008), Konkurrenceevneredegørelse 2008, kap. 10.

Figur 5: Produkt- eller procesinnovative virksomheder, 2004-2006



Ann.: Antal virksomheder i landene, som er produkt og/eller procesinnovative, ekskl. virksomheder med igangværende og afbrudte aktiviteter i forhold til samtlige virksomheder.

Kilde: Danmarks Statistik og egne beregninger.

Sammenhængen mellem innovation og konkurrence er kompleks, bl.a. fordi markedsstrukturen og konkurrence i sig selv spiller en afgørende rolle for virksomhedernes incitamenter til at innovere. Endvidere er både virksomheders forventede profit af innovation afgørende for, om virksomheder innoverer.

De empiriske analyser af konkurrence og innovation er omfattende.³⁰ Det generelle billede er, at konkurrence fører til mere innovation, jf. boks 7. Det skyldes bl.a., at virksomheder innoverer for at undslippe konkurrencen (den såkaldte "escape-competition"-effekt). Innovation er således et led i en virksomheds strategi om at adskille sig fra konkurrenterne. Gevinsterne er imidlertid ofte kun midlertidige, idet andre virksomheder efterhånden vil optage og anvende den nye teknologi, arbejdsprocesser, imitere produktinnovationer mv. Hvis konkurrencen skal undgås, må virksomhederne derfor iværksætte yderligere innovation.³¹

³⁰ Der er en bred litteratur omhandler innovation og virksomhedsstørrelser og markedsstruktur. En omfattende, om end lidt ældre liste over litteraturen findes i Ahn, S. (2002), "Competition, innovation and productivity growth: A review of theory and evidence", OECD, Economics Department Working Papers, nr. 317.

³¹ Inden for virksomhedsledelse tales der om, at virksomheder kan forfølge en såkaldt "Blue Ocean Strategy", jf. Chan, W. K. og Mauborgne, R. (2005), "Blue Ocean Strategy", Harvard Business School Press, Boston. Med det menes, at virksomhederne hele tiden søger at udvikle produkter eller forretningsstrategier, som gør virksomheden unik på markedet, og så at sige søger derhen, hvor virksomhederne undgår at konkurrere med andre virksomheder (det stille blå ocean) og derfor kan tjene flere penge. Dette er en fuldt rationel strategi og viser blot, at konkurrence tilskynder virksomheder til at ændre deres forretningsområde gennem udvikling og innovation.

Boks 7: Samspil mellem konkurrence og innovation

Litteraturen om innovation og konkurrence er omfattende, og studierne viser, at sammenhængen er kompleks. Generelt vil stærkere konkurrence indebære mere innovation, men de teknologiske muligheder i brancherne – forstået som branchens evne til at omsætte investeringer i forskning og udvikling til innovation – er også væsentlige. Endvidere kan meget intensiv konkurrence hæmme virksomhedernes innovation, jf. tabel 6.

Tabel 6: Empiriske studier af konkurrence og innovation

Analyse	Datagrundlag	Resultater
Levin, Cohen og Mowery (1985)¹	Spørgeundersøgelse blandt virksomheder i 130 brancher.	Finder en omvendt u-formet sammenhæng mellem innovation og konkurrence. Der sker mest innovation ved en koncentration blandt de fire største virksomheder på 50-60 pct. Med branchespecifikke kriterier kan sammenhængen ikke påvises.
Aghion, Bloom, Blundell, Griffith og Howitt (2005)²	Statistiske oplysninger for 331 virksomheder i 17 brancher i perioden 1973-1994.	Finder en omvendt u-formet sammenhæng mellem innovation og konkurrence. I brancher med små forskelle mellem virksomhedernes teknologi sker der mere innovation.
Blundel, Griffith og van Reenen (1999)³	Statistiske oplysninger fra 340 børsnoterede fremstillingsvirksomheder i Storbritannien i 1972-1982.	Innovationsaktiviteten er større på konkurrenceudsatte markeder.
Gorodnichenko, Svejnar og Terell (2008)⁴	Spørgeundersøgelse blandt 6500 (og 7900) virksomheder i 27 udviklingslande i 2002 (og 2007).	Innovationsaktiviteten er højere i industrier, der handler med internationale virksomheder.
Geroski (1990)⁵	Statistiske oplysninger om 4378 store innovationer i Storbritannien mellem 1945 og 1983.	Konkurrence fører til mere innovation skønt teknologiske muligheder mellem brancher forklarer 60 pct. af variationerne i innovation.
Jaumotte og Pain (2006)⁶	Statistiske oplysninger fra 20 OECD lande i perioden 1982 til 2001.	Reduktion i markedsreguleringen (OECD's PMR-indikator) øger investeringerne i forskning og udvikling.

Note 1: Levin, R., Cohen, W. og Mower, D. (1985), "R&D Appropriability, Opportunity and Market Structure: New Evidence on the Schumpeterian Hypotheses", *American Economic Review*, nr. 2, s. 20-24.

Note 2: Aghion, P., Bloom, N., Blundell, R., Griffith, R. og Howitt, P. (2005), "Competition and innovation: An inverted-u relationship", *The Quarterly Journal of Economics*, maj 2005 s. 701-728.

Note 3: Blundell, R., Griffith, R. og van Reenen, J. (1999), "Market Share, Market Value and Innovation in a Panel of British Manufacturing Firms", *Review of Economic Studies* nr. 66, s. 529-554.

Note 4: Gorodnichenko, Y., Svejnar, J. og Terell, K. (2008), "Globalization and innovation in emerging markets", *NBER Working Paper* nr. 14481.

Note 5: Geroski, P. A. (1990), "Innovation, Technological Opportunity, and Market Structure", *Oxford Economic Papers*, Vol. 42(3), s. 586-602.

Note 6: Jaumotte, F. og Pain, N. (2005), "Innovation in the Business Sector", *OECD Economics Department Working Papers*, nr. 459, OECD Publishing.

En analyse har fundet en omvendt u-formet sammenhæng mellem innovation og konkurrence, hvor innovationsaktiviteten er lavere, når konkurrencen på markedet er meget stærk, og når konkurrencen er meget svag, jf. boks 8.³² Svag konkurrence kan bl.a. skyldes en meget koncentreret markedsstruktur, hvor der er begrænset udvikling. I brancher med i forvejen svag konkurrence kan konkurrencen eksempelvis øges ved tilgang af nye virksomheder. Hvis barriererne for tilgang mindskes, og konkurrencen dermed øges, kan nye virksomheders innovationer presse de eksisterende virksomheder til at innovere, og samlet set fører det til, at innovationsaktiviteten stiger på markedet. Hvis konkurrencen bliver meget hård, vil de eksisterende virksomheder på den ene side have tilskyndelse til at innovere for at adskille sig fra konkurrenterne. Det kan imidlertid ofte være vanskeligt, når konkurrencen er hård, og det reducerer incitamentet til innovation. Stærkere konkurrence kan således føre til et fald i den samlede innovationsaktivitet, hvis konkurrencen er intens i udgangspunktet.

Boks 8: Sammenhæng mellem innovation og konkurrence

Teoriene om innovation og konkurrence handler især om innovation ved forskellige markedsstrukturer og virksomhedsstørrelser. Schumpeter (1942) påpegede flere fordele for større virksomheder og for virksomheder på koncentrerede markeder. Innovation vil grundlæggende være drevet af, at der opnås en højere forventet profit som følge af innovation. På et koncentreret marked er det muligt for virksomhederne at opnå et afkast af investeringen i innovation, fordi profitten på markedet ikke konkurreres bort. Hvis kapitalmarkederne ikke fungerer tilstrækkeligt til at sikre lige adgang til risikovillig kapital, har større virksomheder ifølge teorien bedre muligheder for at skaffe risikovillig kapital til innovationer end små virksomheder.¹

Markedsdominans kan imidlertid også virke hæmmende på incitamentet til innovation. Jo større markedsmagt (profit) en virksomhed har inden en innovation, des mindre kan indtjeningen øges efter en innovation for en given efterspørgsel. En monopolist vil fx gennem innovation erstatte (og udkonkurrere) sit eget produkt.² Monopolisten har således en tendens til at "hvile på laurbærene" og dermed ikke innovere. Empirisk set synes effekterne, der trækker i retning af højere innovation, typisk at være stærkere end Schumpeter-effekten.



³² Aghion, P., Bloom, N., Blundell, R., Griffith, R., og Howitt, P. (2005), "Competition and innovation: An inverted-u relationship", *The Quarterly Journal of Economics*, s. 701-728.

Virksomheder i konkurrence kan anvende innovationer til at undslippe konkurrencen fra andre virksomheder i en kortere periode. Innovation kan medvirke til at skærme en virksomhed fra konkurrence i et marked eller åbne op for helt nye markeder, hvor der kan opnås profit. Incitamentet til at udvikle nye produkter, processer eller virksomhedsorganiseringer og markedsføringsstrategier er dermed større, når der er konkurrence.³ Dette kaldes også for 'escape competition'-effekten.

Hvis konkurrencen er meget stærk, kan det imidlertid være vanskeligt at undslippe konkurrencen gennem innovation. Det kan eksempelvis gælde markeder, hvor produkterne af natur er meget homogene, fx råvarer, eller markeder, hvor innovationer nemt kan kopieres. Samlet set kan der således være en omvendt u-formet sammenhæng mellem konkurrence og innovation. Dvs. innovationen er lav i brancher, hvor konkurrencen er enten begrænset eller meget intensiv, og højere på markeder, hvor konkurrencen er midt i mellem, fordi "escape-competition"-effekten og en høj efterspørgselselasticitet på sådanne markeder tilskynder til innovation.

Note 1: Schumpeter, J.A. (1942), "Capitalism, Socialism and Democracy", New York, Harper & Row.

Note 2: Tirole, J. (1988), "The Theory of Industrial Organization", MIT Press, Cambridge, Massachusetts. Denne effekt kaldes "Arrow's replacement effect".

Note 3: Aghion, P. og Griffith, R. (2005), "Competition and Growth", MIT Press, Cambridge.

Et studie har dog fundet, at innovationen i højere grad afhænger af branchespecifikke forskelle, bl.a. i form af virksomhedernes muligheder for at udnytte og imitere innovationer og, at der derved ikke entydigt er en omvendt u-formet sammenhæng mellem konkurrence og innovation.³³

Nogle studier har peget på, at der er mest innovation i brancher, hvor virksomhederne er langt fremme teknologisk set, og hvor der er små teknologiske forskelle mellem virksomhederne, fordi konkurrencen er stærkest i disse brancher.³⁴ Når der er virksom konkurrence vil tilgang af effektive virksomheder gøre det sværere for de teknologisk set tilbagestående virksomheder at opnå profit, og på sigt vil de mindst effektive virksomheder blive drevet ud af markedet. Det reducerer de teknologiske forskelle mellem virksomhederne og øger de eksisterende virksomhe-

³³ Levin, R. C., Cohen, W.M. og Mowery, D.C. (1985), "R&D Appropriability, Opportunity and Market Structure: New Evidence on the Schumpeterian Hypotheses", *The American Economic Review*, Vol. 72(2) *Papers and Proceedings*, s. 20-24 finder, at innovationen ikke aftager, når konkurrencen forøges. Årsagen er, at branchespecifikke forhold så som forskelle i de teknologiske muligheder, anvendelsen af innovationer samt forskelle i hvor lang tid, det tager for konkurrenter at imitere en innovation, forklarer forskellene i innovation på tværs af brancher.

³⁴ Gorodnichenko, Y., Svejnar, J. og Terell, K. (2008), "Globalization and innovation in emerging markets", NBER, Working Paper Series. Studiet finder, at innovation vil ske i de teknologiske førende virksomheder i en branche. Virksomheder tæt på den teknologiske grænse vil øge effektiviteten for at holde konkurrenter ude fra markedet. Aghion, P., Bloom, N., Blundell, R., Griffith, R. og Howitt, P. (2005), "Competition and innovation: An inverted-u relationship", *The Quarterly Journal of Economics*, s. 701-728 finder i lighed hermed, at der sker mest innovation i brancher, hvor de teknologiske forskelle mellem virksomhederne er små.

ders incitament til at innovere for at adskille sig fra konkurrenterne og vinde markedsandele.

Der er yderligere andre resultater, som peger på, at en reduktion af konkurrencebegrænsende regler og love vil føre til mere innovation, og at øget konkurrence fra udlandet ligeledes øger innovationen.³⁵

Størstedelen af de danske brancher er ikke karakteriseret ved en meget intensiv konkurrence. Det peger på, at en forbedring af konkurrencen i brancherne vil øge innovationsaktiviteten i de fleste brancher. Det vil under alle omstændigheder kræve en vurdering af de konkrete forhold at fastslå, om konkurrencen i en branche er så intensiv, at det kan være hæmmende for innovationen.

Forbrugerne spiller også en vigtig rolle for virksomheders succes med innovation. Når der er konkurrence, vil virksomheder, der introducerer produkter, som forbrugerne tillægger stor værdi, blive belønnet med et øget salg, mens virksomheder, som enten ikke skaber nye produkter eller ikke imødekommer forbrugernes præferencer, mister salg. Forbrugeradfærden vil forskyde efterspørgslen mod de varer og tjenester, som forbrugerne tillægger størst værdi.

Patentlovgivningen er med til at sikre virksomheders gevinster ved innovationer. Den ”overnormale” indtjening for en virksomhed, der har udviklet et nyt produkt, er ikke i sig selv et problem, men en naturlig del af markedets funktion og er således med til at give virksomhedernes tilskyndelse til at igangsætte forsknings- og udviklingsaktiviteter. Skadevirkningen for forbrugerne og samfundet opstår, hvis der ikke er et tilstrækkeligt konkurrencepres fra andre virksomheder. Patenter kan imidlertid også misbruges til at holde konkurrenter ude fra markedet.

4 FORUDSÆTNINGER FOR VIRKSOM KONKURRENCE

Der er en lang række forhold, der har betydning for, hvor effektivt konkurrencen mellem virksomhederne på markedet udspiller sig.

Særlig betydning har graden af åbenhed på markederne, og hvordan love og regler påvirker konkurrencen, herunder konkurrenceloven og håndhævelsen heraf.

³⁵ Jf. Gorodnichenko, Y., Svejnar, J. og Terell, K. (2008), ”Globalization and innovation in emerging markets”, NBER Working Paper Series nr. 14481 og Jaumotte, F. og Pain, N. (2005), ”Innovation in the Business Sector”, OECD Economics Department Working Papers, nr. 459, OECD Publishing.

Åbne markeder og konkurrence forbedrer virksomheders konkurrencekraft

Åbne internationale markeder er i sagens natur gavnlige for danske virksomheders muligheder for at sælge til udlandet. Men åbne internationale markeder er også gavnlige for produktiviteten i Danmark, fordi de virksomheder, der er vant til at konkurrere på de internationale markeder, ofte er mere effektive og har højere produktivitet.

Flere studier viser således, at eksportvirksomheder ofte er mere effektive end ikke-eksporterende virksomheder.³⁶ Det kan være et resultat af, at det kun er de mest effektive virksomheder, der har mulighed for at gå ind på eksportmarkederne. Men det kan også være et resultat af, at eksporterende virksomheder mødes af et større konkurrencepres, der tvinger virksomhederne til at være mere effektive.

Det Økonomiske Råd har beregnet, at danske eksporterende industrivirksomheder har en overnormal indtjening (mark-up), der i gennemsnit er godt 30 pct. lavere end ikke-eksporterende virksomheders, og konkluderer, at det højst sandsynligt bl.a. skyldes den stærkere konkurrence på de udenlandske markeder.³⁷ Dermed kommer gevinsterne ved den internationale konkurrence også forbrugerne til gode.

Et åbent hjemmemarked er tilsvarende med til at skærpe konkurrencen på hjemmemarkederne. Der er analyser, som har fundet, at virksomheder har en lavere mark-up i brancher, der har en større import, og at international handel giver lavere priser, både som følge af øget produktivitet og lavere mark-up, om end årsagssammenhængene er vanskelige at fastlægge.³⁸ Det viser sig også ved, at tilgang af nye internationale virksomheder fremmer den økonomiske vækst.³⁹

Stærk national konkurrence på hjemmemarkederne øger produktiviteten og tilskynder til forskning og udvikling. Det øger i sig selv velstanden. Konkurrence på hjemmemarkederne er yderligere med til at øge virksomhedernes konkurrence-

³⁶ Jf. fx Bernard, A. B. og Jensen, J. B. (1999), "Exceptional Exporter Performance: Cause, Effect or Both. *Journal of International Economics*", 47, s. 1-25, Bernard, A. B. og Jensen, J. B. (2004), "Why some Firms Export. *The Review of Economics and Statistics*", 86 (2), s. 561-569, samt Kaiser, U. og Kongsted, H. C. (2004), "The Versus Spurious State Dependence in Firm Performance: The Case of West German Exports", CAM 2004(04), Centre for Applied Microeconometrics, University of Copenhagen.

³⁷ Det Økonomiske Råd, *Dansk Økonomi, efterår 2005, kapitel II*.

³⁸ Tybout, J. R. (2003), "Plant- and Firm-Level Evidence on "New" Trade Theories", i Kwan, Choi, E. og Harrigan, J. (eds), "Handbook of International Trade", Basil-Blackwell, Oxford.

³⁹ Se blandt andet Aghion, P., Blundell, R., Griffith, R., Howitt, P. og Prantl, S. (2004), "Entry and Productivity Growth: Evidence from micro-level panel data", *Journal of the European Economic Association, Papers and Preceedings* nr. 2 s. 265-276., Disney, R., Haskel, J. og Heden, Y. (2003), "Restructuring and productivity growth in UK manufacturing", *The Economic Journal*, Vol. 113(489), s. 666-694 og Aghion, P. og Hewitt, P. (2006), "Appropriate Growth Policy: A Unifying Framework", *Journal of European Economic Association, April-May 2006*.

kraft over for udenlandske virksomheder,⁴⁰ da både produktionen af varer og tjenester og produktionen af inputs til vare- og tjenesteproduktionen foregår mere effektivt.⁴¹

Andre resultater peger på, at regulering, der fremmer og beskytter nationale virksomheder, udskyder processen med tilgang og afgang og risikerer dermed at reducere den økonomiske vækst. Det vil således på sigt være til skade for økonomien at beskytte nationale virksomheder. Det er i den forbindelse underordnet om beskyttelsen sker i form af direkte støtte eller anden beskyttelse for udvalgte nationale virksomheder, fx ved en undtagelse fra konkurrenceloven, for at de kan vokse sig store og være i stand til at konkurrere med de store internationale virksomheder (det såkaldte ”National Champion”-argument).⁴²

Love og reglers betydning for konkurrencen

En klar konkurrencelov og effektiv håndhævelse heraf er en afgørende forudsætning for virksom konkurrence i Danmark. En klar konkurrencelov og en effektiv håndhævelse mindsker risikoen for, at virksomheder indgår konkurrencebegrænsende aftaler, herunder karteller, at store virksomheder presser konkurrenter ud af markedet, og at fusioner skader konkurrencen ved at øge koncentrationen på markedet, jf. boks 9. Virkningerne sker både ved, at myndighederne griber ind i konkrete sager, men også i høj grad som følge af, at virksomhederne afskrækkes fra at overtræde konkurrenceloven, når sanktionerne ved overtrædelse er mærkbare. De samfundsøkonomiske gevinster ved en effektiv konkurrencelov og håndhævelse heraf er betydelige.⁴³

⁴⁰ Porter, M. (1990), *“The Competitive Advantage of Nations”*, Macmillan Press Ltd, Great Britain

⁴¹ Se fx Fingleton, J. (2002), *“Competition Policy and Competitiveness: The Perspective from a small open EU member state”* i H. Handler og C. Burger (eds.), *“Competition and Competitiveness in a New Economy”*, Economic Policy Center, Wien.

⁴² Se fx Aghion, P. og Hewitt, P. (2006), *“Appropriate Growth Policy: A Unifying Framework”*, *Journal of European Economic Association*, Vol. 4 (2-3), s. 269-314.

⁴³ van Sinderen, J. og Kemp, R. (2008), *“The Economic Effect Of Competition Law Enforcement: The Case Of The Netherlands”*, *De Economist* 2008 (156), s. 365-385 estimerer, at produktionen er vokset med ekstra 0,5 pct. og beskæftigelsen er hævet med 0,4 pct. alene som følge af håndhævelsen af konkurrenceloven. Se også Don, H., Kemp, R. og van Sinderen, J. (2008), *“Measuring the Economic Effects of Competition Law Enforcement”*, *De Economist* 2008 (156), s. 341-348.

Boks 9: En effektiv konkurrencelov er central

For at opnå gevinsterne ved konkurrence er det helt afgørende, at konkurrenceloven tilskynder virksomhederne til en adfærd, der giver mulighed for, at effektive virksomheder kan vokse på markedet, og at nye virksomheder kan komme ind på markedet.

En af de væsentligste overtrædelser af konkurrenceloven omhandler karteller, dvs. konkurrencebegrænsende aftaler mellem konkurrerende virksomheder på markedet. I et kartel er konkurrencen sat ud af spil, og virksomhederne har dermed begrænset tilskyndelse til at blive bedre end konkurrenterne. Derimod er virksomhederne sikret en høj profit, så længe kartellet opretholdes. Det medfører bl.a., at ineffektive virksomheder kan være på markedet i en længere periode, og at tilskyndelsen til vækst gennem innovation eller nye investeringer er begrænset samt, at priserne typisk er uhensigtsmæssig høje. Et eksempel herpå er det såkaldte røkartel, som fandt sted i perioden 1990-1996, og som omfattede størstedelen af virksomhederne på markedet, herunder fire danske virksomheder og seks udenlandske. Kartellet indebar ikke blot høje priser – efter kartellets opløsning faldt priserne med 35-40 pct. – men også, at indførslen af nye og mere effektive rørtyper blev udskudt i branchen.¹

Et andet væsentligt element i konkurrenceloven omhandler virksomheders misbrug af en dominerende position på markedet. En effektiv konkurrence kan hæmmes af, at en dominerende virksomhed afskærmer andre virksomheder fra at komme ind på markedet eller presser andre virksomheder ud af markedet. Det gælder eksempelvis hvis en virksomhed sælger et produkt til en pris under omkostningerne i en periode, indtil konkurrenter med færre ressourcer til rådighed presses til at forlade markedet. Den dominerende virksomhed kan herefter hæve prisen til et højt niveau.

Konkurrencelovens fusionskontrol skal forhindre, at konkurrencen hæmmes betydeligt, som følge af fusioner. Fusionskontrollen skal sikre, at der ikke opstår strukturelle konkurrenceproblemer som følge af, at virksomheder vokser sig meget store gennem opkøb. Fusionskontrollen er derved med til at sikre, at det er de mest effektive virksomheder, der bliver store gennem effektiviseringer og rentable investeringer og dermed vinder markedsandele.

Note 1: Møllgaard, P. (2009), "Assessment of damages in the district heating pipe cartel", i Lyons, B. (ed.) "Cases in European Competition Policy", Cambridge University Press.

Andre love og regler har også afgørende betydning for konkurrencen. Mange brancher er fx underlagt offentlig regulering, som begrænser adgangen til markederne og derved mindsker konkurrencen.

Offentlig regulering bør anvendes til at rette op på markedsfejl, som markedet ikke selv kan løse. Offentlig regulering anvendes således til at varetage andre hen-

syn, som markedet umiddelbart ikke tager hensyn til, bl.a. forbrugerbeskyttelse, sundhedshensyn eller hensyn til offentlige finanser, fx i form af offentlige udgifter til sundhedssystemet. Yderligere kan effektiv regulering i brancher med betydelige stordriftsfordele (såkaldte naturlige monopoler) sikre gevinster til forbrugerne i form af forsyningssikkerhed, en højere grad af effektivitet og lavere priser.

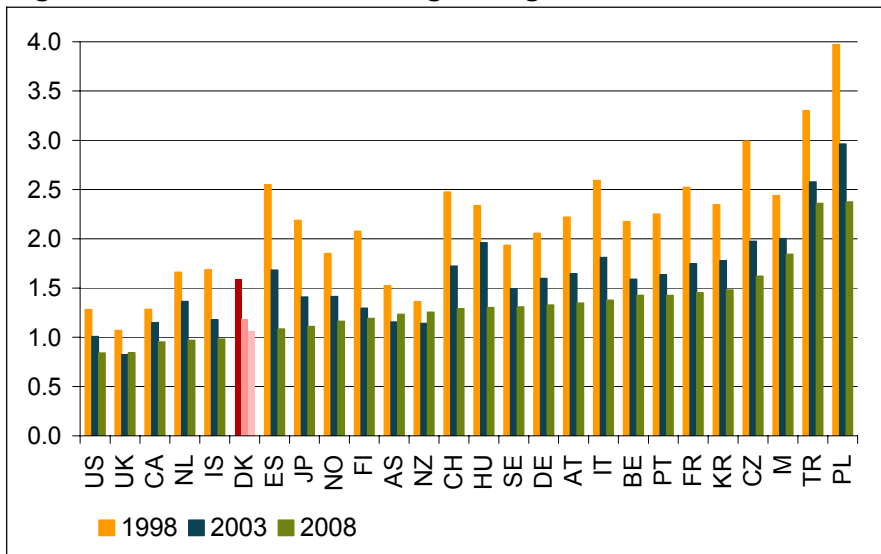
Offentlig regulering kan derved i nogle tilfælde have en positiv indflydelse på konkurrence og produktivitet. Eksempelvis har et studie peget på, at den generelle udbredelse af tekniske standarder har understøttet spredningen af ny teknologi og væksten i arbejdskraftproduktiviteten.⁴⁴ Det skyldes, at udbredelsen af standarder muliggør, at flere producenter kan konkurrere inden for samme standard.

Visse typer af regulering er unødigt konkurrencebegrænsende. Det kan især være tilfældet, hvis reguleringen begrænser adgangen til et marked, beskytter udvalgte virksomheder på et ellers konkurrenceudsat marked eller forhindrer eksisterende virksomheder i at konkurrere effektivt om pris og/eller kvalitet.

OECD har udviklet en indikator, der forsøger at opgøre omfanget af konkurrencebegrænsende offentlig regulering i OECD-landene. I opgørelsen for 2008 er reguleringen i Danmark blandt de mindst konkurrencebegrænsende i OECD-landene, jf. figur 6.

⁴⁴ DTI (2005), "The Empirical Economics of Standards", DTI Economics Paper 12.

Figur 6: Produktmarkedsregulering i OECD lande



Anm.: Indikatoren spænder fra 0-6, hvor en lav værdi indikerer en lav grad af regulering og en høj værdi indikerer høj grad af regulering. Metoden er ændret mellem opgørelserne, således at de ikke er direkte sammenlignelige mellem årene.

Kilde: OECD Product Market Regulation Database, www.oecd.org/eco/pmr.

Selvom den danske regulering er blevet mindre konkurrencebegrænsende siden opgørelsen i 2003, er Danmark blevet overhalet af Island og Nederlandene, ligesom Spanien har indhentet Danmark. Der er derfor fortsat behov for at fokusere på effekten på konkurrencen af både nuværende og fremtidige regulering.

Konkurrencestyrelsens analyser af brancher med tegn på væsentlige konkurrenceproblemer viste i 2008, at offentlig regulering begrænsede konkurrencen i 27 af de 35 udpegede brancher med konkurrenceproblemer.⁴⁵

Et eksempel på, at offentlig regulering kan være konkurrencebegrænsende er nationale standarder. Der kan også være private standarder, fx på såkaldte eftermærker, dvs. markeder for salg af reservedele, tilbehør mv. Standarder kan i visse tilfælde medføre indlåsnings effekter, dvs. en situation hvor valget af standard (fx blækprinter) får afgørende betydning for de fremtidige forbrugsvalg (køb af blækpatroner).

⁴⁵ Konkurrencestyrelsen (2008), "Konkurrenceregulering 2008".

Effekterne af konkurrencebegrænsende regulering kan være betydelige. OECD har beregnet, at en mere konkurrencevenlig regulering vil kunne hæve indkomsten pr. indbygger med 2-3 pct. i OECD-landene.⁴⁶

En række studier har vist en stærk og positiv sammenhæng mellem afskaffelse af regulering og konkurrence og produktivitet. Studierne viser samtidig, at regulering, der i højere grad tager hensyn til konkurrencen, kan medføre betydelige produktivitetstgevinster.⁴⁷

Eksempelvis viser studier, at privatiseringer og lettere adgang til markederne har en positiv virkning på produktiviteten i alle sektorer, fordi regulering, der begrænser adgangen til markedet, modvirker eller forsinker optagelsen af ny teknologi samtidig med, at det mindsker virksomhedernes incitamenter til at investere.⁴⁸ Det skyldes, at et lavere konkurrencepres mindsker presset for effektiviseringer og investeringer samt, at det bliver vanskeligere for virksomheder med ny teknologi at komme ind på markedet.

Et studie har vist, at liberaliseringen og reformerne i den engelske elektricitets-, gas- og vandindustri medførte en produktivitetstvekst på over 10 pct. om året gennem 1990'erne.⁴⁹

Der er således behov for et fortsat fokus på, at offentlig regulering anvendes til at sikre gevinster til samfundet og at reguleringen ikke begrænser konkurrencen unødigt.

⁴⁶ OCED (2009), "First Interim Report on the OECD's Strategic Response to the Financial and Economic Crisis".

⁴⁷ En række studier kan ses i Office of Fair Trading (2007), "Productivity and competition" samt OECD (2009), "Going for Growth".

⁴⁸ Nicoletti, G. og Scarpetta, S. (2003), "Regulation, productivity and Growth: OECD evidence", *World Bank Policy Research Paper 2944* og Alesina, A., Ardagna, S., Nicoletti, G., and Schiantarelli, F. (2005), 'Regulation and Investment', *Journal of the European Economic Association*, Vol. 3, nr. 4, s. 791-825.

⁴⁹ Mahe, M. og Wise, M. (2005), "Product Market Competition and Economic Performance in the United Kingdom", *OECD Working Paper*, nr. 433.

