

Den svenska paketmarknaden 2020

**Sammanställning av data baserat på PTS insamling
av paketstatistik i juni 2021 i enlighet med EU:s
paketförordning**

Klicka här för att ange text.

Klicka här för att ange text.

Rapportnummer

PTS-ER-2021:28

Diarienummer

Dnr21-11691

ISSN

1650-9862

Författare

Cecilia Nyqvist

Post- och telestyrelsen

Box 5398

102 49 Stockholm

08-678 55 00

pts@pts.se

www.pts.se

Förord

Post- och telestyrelsen (PTS) har i uppdrag att bevaka, analysera och beskriva postmarknadens utveckling. I och med ikraftträdandet av Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/644 av den 18 april 2018 om gränsöverskridande pakettleveranstjänster fick PTS utvidgade möjligheter att samla in data ifrån företag verksamma på den svenska paketmarknaden. Det gör att myndigheten nu har fått ökad kunskap om marknaden och ser ett stort värde i att kunna dela med sig av marknadsbilden både nationellt och internationellt.

Syftet med denna rapport är att närmare beskriva utvecklingen på paketmarknaden i termer av tillväxt och marknadskoncentration. Sammanfattningsvis kan PTS konstatera att inhämtad statistik ger en bild av en växande paketmarknad, med allt fler verksamma aktörer. Detta är den första enskilda rapporten som PTS publicerar om paketmarknaden och det är myndighetens intention att fortsätta att följa och belysa olika aspekter som kan ha betydelse för utvecklingen på marknaden.

Dan Sjöblom
Generaldirektör

Innehåll

Förord 3

1.	Introduktion	5
2.	Paketmarknadens delmarknader och tillväxt.....	6
3.	Marknadskoncentration	8
3.1	Mått på marknadskoncentration.....	8
3.2	Marknadskoncentration: Totala marknaden.....	10
3.3	Marknadskoncentration: Inrikesmarknaden.....	12
3.4	Marknadskoncentration: Inkommande paket.....	13
3.5	Marknadskoncentration: Utgående paket.....	14
3.6	Sammanfattande diskussion.....	14
	Referenser	17

1. Introduktion

I juni varje år inhämtar Post- och telestyrelsen (PTS) uppgifter från företag verksamma på paketmarknaden, i enlighet med EU:s förordning om gränsöverskridande paketleveranstjänster (EU 2018/644) ("paketförordningen")¹. Uppgifterna avser bland annat information om företagets omsättning, volymer och priser. Detta PM använder dessa uppgifter för att undersöka paketmarknadens utveckling i termer av tillväxt och marknadskoncentration.

Statistiken är inhämtad i juni 2021, omfattar paket upp till 31,5 kg, och avser år 2020.

"Paket" definieras som försändelser som innehåller varor, med eller utan kommersiellt värde. Försändelser som är tjockare än 20 mm bedöms innehålla varor och räknas därför som paket. Därutöver omfattar statistiken tre delmarknader:

- **Inrikes paketleveranstjänster:** omfattar paket där både avsändare och mottagare finns i Sverige ("inrikesmarknaden").
- **Inkommande gränsöverskridande paketleveranstjänster:** omfattar paket där avsändaren finns utanför Sverige och mottagaren i Sverige ("inkommande paket").
- **Utgående gränsöverskridande paketleveranstjänster:** omfattar paket med en avsändare i Sverige och en mottagare utanför Sverige ("utgående paket").

2. Paketmarknadens delmarknader och tillväxt

Marknadens största delmarknad är inrikes paketleveranstjänster (69% av marknaden i termer av antalet distribuerade paket), följt av gränsöverskridande utgående paketleveranstjänster (16 %) och gränsöverskridande inkommande paketleveranstjänster (15 %) (se diagram 1 nedan).

Diagram 1: Andelen inrikes, inkommande och utgående paketleveranstjänster



Uttryckt i antal paket motsvarar detta 295 miljoner utdelade paket i 2020, varav ca 204 miljoner paket hade både avsändaren och mottagaren i Sverige, ca 48 miljoner paket hade en avsändare i Sverige och en mottagare utomlands, och ca 43 miljoner paket hade en avsändare utomlands och en mottagare i Sverige.

I termer av omsättning var det totala värdet på marknaden drygt 18,1 miljarder kronor under 2020, varav inrikesmarknaden stod för ca 9,9 miljarder, utgående paket för ca 5,9 miljarder och inkommande paket för ca 2,3 miljarder.

Jämfört med föregående år har paketmarknaden vuxit med 14,2 % i termer av omsättning och 18,3 % i termer av volymer. De två delmarknader som har vuxit kraftigast är inrikes paketsdistribution (17% i termer av omsättning, 19,5 % i termer av volymer), samt inkommande paketsdistribution (16,1% i termer av omsättning, 24,5 % i termer av volymer). Även marknaden för utgående paketleveranser har vuxit starkt med en tillväxt på 9,2 % i termer av omsättning och 8,7 % i termer av volymer.

Tabell 1: Paketmarknadens utfall och tillväxt 2020

Paketmarknaden 2020 (miljoner kr, st)	Utfall 2020		Skillnad 2019-2020	
	Omsättning	Volym	Omsättning	Volym
Inrikes paketleveranser	9 893	204,0	17,0%	19,5%
Utgående paketleveranser	5 928	48,3	9,2%	8,7%
Inkommande paketleveranser	2 255	43,1	16,1%	24,5%
Totala marknaden	18 076	295,4	14,2%	18,3%

Den kraftiga tillväxten på samtliga delmarknader reflekterar delvis den ökade e-handeln under Coronapandemin och delvis att tre nya aktörer, Budbee, Instabox och Airmee, har tillkommit, vilka under tidigare år av PTS bedömdes vara för små för att omfattas av insamlingen. Även om dessa nya aktörer exkluderas från analysen så växte den totala marknaden med 10,3 % i termer av omsättning och 12 % i termer av volym.

3. Marknadskoncentration

3.1 Mått på marknadskoncentration

3.1.1 Marknadsandelar

För att titta närmare på konkurrenssituationen på marknaden har PTS beräknat marknadsandelar. Vanligtvis beräknas marknadsandelar på basen av värde, förutom då marknaden karakteriseras av mycket homogena produkter – det vill säga där en billig produkt lätt kan substituera en dyrare produkt – då marknadsandelar på basen av volymer kan ge en mer rättvisande bild.²

Även om ett 'vanligt standardpaket' kan tyckas vara en relativt homogen produkt så skiljer sig produkterna på marknaden en hel del mellan olika företag, exempelvis i termer av dimensioner, viktklasser och olika servicekaraktistika (t.ex. leveranstid, spårbarhet, möjlighet till express/hem/kvälls/helgleverans) och även andra aspekter såsom returhantering och hållbarhet – och detta särskilt på en aggregerad nivå. Vår bedömning är därför att produkterna på marknaden är relativt heterogena³. För att ge en fullständig bild av marknaden presenterar vi dock marknadsandelar både i termer av omsättning och volymer.

3.1.2 Koncentrationsration

För att undersöka konkurrensen på marknaden beräknar vi koncentrationsration hos företagen på marknaden, det vill säga summan av marknadsandelarna för de allra största företagen. Ett vanligt mått är koncentrationsration för de fyra största företagen (ofta benämnt CR4). Om CR4 överstiger 60 % brukar marknaden kategoriseras som oligopol (fåtalskonkurrens), med eller utan ett dominant företag. Om CR1 (marknadsandelen för det största företaget) överstiger 90 % brukar marknaden kategoriseras som monopol.⁴

Tabell 2: Tolkning av CR4-ration⁵

Indexvärde	Tolkning
CR4 = 0	Perfekt konkurrens
0 < CR4 < 40	Effektiv konkurrens / monopolistisk konkurrens
40 ≤ CR4 < 60	Löst oligopol / monopolistisk konkurrens
60 ≤ CR4	Tätt oligopol / dominant företag med kringliggande konkurrens
90 ≥ CR1	Effektivt monopol / dominant företag med kringliggande konkurrens

3.1.3 Herfindahl-Hirschman Index

Vi beräknar också ett Herfindahl-Hirschman Index (HHI), vilket är ett mått på marknadskoncentration. HHI beräknas som summan av de kvadrerade marknadsandelarna på marknaden. En ökning i indexet brukar tolkas som en ökad koncentration, det vill säga lägre konkurrens, men ska tolkas i sin kontext, då en sådan ökning också kan reflektera en omfördelning av marknadsandelar till mer effektiva företag.⁶ Vanligtvis brukar ett HHI-värde som understiger 1 500 (15 %) tolkas som låg marknadskoncentration; ett värde på mellan 1 500 och 2 500 (15 – 25 %) som måttlig koncentration; och ett värde över 2 500 (25 %) som hög koncentration. Maxvärdet på indexet är 10 000, vilket betyder en hundra procentig koncentration, det vill säga monopol.⁷

Tabell 3: Tolkning av Herfindahl-Hirschman Index

Indexvärde	Tolkning
<1500	Låg koncentration
1500-2500	Måttlig koncentration
>2500	Hög koncentration
10 000	Max = monopol

3.1.4 Instabilitetsindex

Vi beräknar också ett instabilitetsindex, vilket är ett mått på förändringen i den relativa positionen hos företagen på marknaden, och brukar användas som ett mått på konkurrensens intensitet. Indexet beräknas som summan av det absoluta värdet i förändringen mellan två tidpunkter i marknadsandelarna hos varje företag. Om indexvärdet är nära noll indikerar det att marknadsandelarna är relativt stabila, om nära ett, relativt instabila. Ju högre indexvärde, desto högre grad av konkurrens.⁸

3.2 Marknadskoncentration: Totala marknaden

Det finns 23 aktörer verksamma på den totala marknaden, varav 11 företag har en marknadsandel i termer av omsättning som överstiger 1 % (se Tabell 3 nedan).

Tabell 4: Marknadsandelar och marknadskoncentration på den totala marknaden

Paketleverantör	Omsättning (hela marknaden)		Paketleverantör	Volym (hela marknaden)	
Postnord	40 - 45%	(-0,5)	Postnord	50 - 55%	(-4)
UPS	10 - 15%	(-0,5)	DHL	10 - 15%	(-1)
DHL		(-0,6)	Schenker		(-1)
Schenker	5 - 10%	(-0,6)	Bring Parcels	5 - 10%	--
Bring Parcels		--	UPS		--
TNT	1 - 5%	(-0,7)	Instabox	1 - 5%	--
FedEx		(-0,1)	Budbee		--
Budbee		--	TNT		--
DSV Road		(-0,7)	Point Logistik		(+1)
Instabox		--	Best Transport, PREMO, FedEx, Airmee, SVHL, VTD, DSV Road, CityMail, Prolog, Jetpak, Bussgods, Asendia, NiM Distribution, Hall Media	<1% enskilt, tillsammans 6%	
Jetpak		(-0,4)			
Best Transport, Airmee, Bussgods, PREMO, Asendia, SVHL, CityMail, VTD, Point Logistik, Prolog, NiM Distribution, Hall Media	<1% enskilt, tillsammans 2,84%				

HHI index:	2 233	HHI index:	3 194
Koncentration:	22%	Koncentration:	32%
Förändring 2019-20:	-4%	Förändring 2019-20:	-14%
CR4 (fyra största)	78%	CR4 (fyra största)	82%
Instabilitetsindex	0,05	Instabilitetsindex	0,09

Den största aktören är Postnord som har en marknadsandel på 40 - 45 % i termer av omsättning, följt av UPS och DHL vilka båda enskilt har en marknadsandel kring 10 - 15 %. Därefter följer två företag med en marknadsandel på mellan ca 5 och 10 % (i storleksordning: Schenker, Bring Parcels), samt sex företag med en marknadsandel på mellan ca 1 och 5 % (TNT, FedEx, Budbee, DSV Road, Instabox och Jetpak). De 12 minsta företagen har samtliga enskilt mindre än 1 % av marknaden och tillsammans ca 3 %.

Jämfört med föregående år har de flesta av de största aktörerna minskat sin marknadsandel något. Detta reflekterar delvis att tre nya aktörer har tillkommit i analysen. Bilden förändras dock inte nämnvärt om vi exkluderar dessa nya företag från analysen – de flesta företag som har minskat sin marknadsandel hade minskat den i alla fall. Enda undantaget är Postnord, vars marknadsandel ökar med ca en procentenhet om de nya företagen exkluderas. Detta kan tolkas som att de tre nya företagen har ”tagit” marknadsandelar från samtliga företag på marknaden, men framför allt från Postnord.

Om vi istället tittar på marknadsandelar i termer av volymer så förändras inte bilden särskilt mycket – samma fem företag toppar listan, dock ramlar UPS ned från andra till femte plats i termer av volymer. Vi kan se att flera av företagen som toppar listan har en större marknadsandel i termer av omsättning jämfört med volymer, vilket skulle kunna indikera differentierade produkter för vilket de kan ta ut ett högre pris. Undantaget är Postnord och Schenker, vilka har en större marknadsandel i termer av volymer, vilket möjligtvis reflekterar att de (tillsammans med DHL) är de enda aktörerna med ett rikstäckande ombudsnätverk. Även Budbee och Instabox har marknadsandelar som är större i termer av volymer.

När det gäller koncentrationen på marknaden har de fyra största företagen 78 % av marknaden i termer av omsättning (detta har minskat från 80 % under föregående år). Som vi kan se i tabell 4 ovan är distributionen av marknadsandelar i linje med definitionen för en marknad med fåtalskonkurrens med ett dominant företag.

Om vi beräknar ett Herfindahl-Hirschman Index (HHI) får vi ett värde på 2233, det vill säga måttlig marknadskoncentration. Jämfört med föregående år (2019) har indexet minskat med 4 %, det vill säga en något lägre koncentration. Detta kan tolkas som en förbättrad konkurrenssituation, även om små förändringar i indexet ska tolkas försiktigt.

Måtten för marknadskoncentration försämrats något om man använder marknadsandelar på basen av volymer. HHI visar en relativt hög koncentration (32 %) och de fyra största företagen har tillsammans 82 % av marknaden. Båda måtten har dock minskat sedan föregående år (HHI med -5 procentenheter, CR4 med -7 procentenheter).

När vi beräknar ett instabilitetsindex får vi ett värde som ligger relativt nära noll, vilket kan tolkas som en relativt stabil konkurrens. Indexvärdet har ökat över året vilket innebär att under 2020 har vi sett en något större omfördelning i marknadsandelar. Graden av instabilitet är högre i termer av volymer än i termer av omsättning. Detta kan vara en indikation på att det på vissa submarknader finns delsegment där det finns en högre grad av homogenitet i produktutbudet, samt att detta reflekteras när vi beräknar marknadsandelar på basen av volymer.⁹

3.3 Marknadskoncentration: Inrikesmarknaden

Inrikesmarknaden utgörs av 22 aktörer, varav nio företag har en marknadsandel i termer av omsättning som överstiger 1 %.

Tabell 5: Marknadsandelar och marknadskoncentration på inrikesmarknaden

Paketleverantör	Omsättning (inrikes)		Paketleverantör	Volym (inrikes)	
Postnord	50 - 55%	(-2)	Postnord	50 - 55%	(-6)
Schenker	10 - 15%	(-1)	DHL	10 - 15%	(-2)
DHL		(-2)	Schenker		(-2)
Budbee	1 - 5%	--	Instabox	1 - 5%	--
Instabox		--	Budbee		--
Bring Parcels		--	Bring Parcels		--
DSV Road		(-1)	Point Logistik		(+1)
Best Transport		--	Best Transport		--
Jetpak		(-1)	PREMO, Airmee, SVHL, VTD, CityMail, DSV Road, Prolog, Jetpak, Bussgods, NiM Distribution, TNT, UPS, Hall Media, FedEx	<1% enskilt, tillsammans ca 8%	--
Airmee, Bussgods, UPS, TNT, PREMO, SVHL, CityMail, VTD, Point Logistik, Prolog, NiM Distribution, FedEx, Hall Media	<1% enskilt, tillsammans ca 4%				
HHI index:	3 337		HHI index:	3 400	
Koncentration:	33%		Koncentration:	34%	
Förändring 2019-20:	-8%		Förändring 2019-20:	-18%	
CR4 (fyra största)	86%		CR4 (fyra största)	86%	
Instabilitetsindex	0,08		Instabilitetsindex	0,13	

Postnord är den största aktören på inrikesmarknaden med en marknadsandel i termer av omsättning på ca 50 - 55 % (vilken dock har minskat med ca två procentenheter sedan förra året). Efter Postnord kommer två företag som var och en har en marknadsandel på mellan 10 och 15 % (Schenker och DHL). Därefter följer sex företag med marknadsandelar på mellan ca 1 % och 5 % (i storleksordning: Budbee, Instabox, Bring Parcels, DSV Road, Best Transport och Jetpak).

Inrikesmarknaden är den delmarknad som har störst marknadskoncentration. De fyra största företagen har tillsammans 86 % av marknaden och när vi beräknar ett HHI får vi ett värde på 33 %, det vill säga relativt hög koncentration. Båda måtten har dock reducerats från föregående år (från 91 % och 36 %, för respektive mått).

Om vi istället använder marknadsandelar på basen av volym så förändras inte bilden särskilt mycket. Samma företag toppar listan, och i termer av koncentration får vi en likartad bild. Koncentrationen har dock även här minskat en hel del över året (HHI har minskat med -18 %, CR4-ratio har gått ned från 94 % till 86 %).

3.4 Marknadskoncentration: Inkommande paket

På marknaden för inkommande paket finns det 11 aktörer verksamma, varav 7 har en marknadsandel över 1 %.

Tabell 6: Marknadsandelar och marknadskoncentration på marknaden för inkommande paket

Paketleverantör	Omsättning (inkommande)		Paketleverantör	Volym (inkommande)	
Postnord	30 - 35%	(+6)	Postnord	60 - 65%	(+4)
UPS	20 - 25%	(-2)	UPS	15 - 20%	(-3)
FedEx	10 - 15%	(-1)	Bring Parcels	5 - 10%	(-1)
TNT		(-2)	Schenker		(-1)
Bring Parcels	5 - 10%	(-1)	DHL	1 - 5%	--
DHL		(-1)	TNT		--
Schenker		--	FedEx		--
Budbee, DSV Road, Jetpak, Bussgods	<1% enskilt, tillsammans 1,4%		Budbee, DSV Road, Jetpak, Bussgods	<1% enskilt, tillsammans ca 1%	

HHI index:	2 030	HHI index:	4 430
Koncentration:	20%	Koncentration:	44%
Förändring 2019-20:	10%	Förändring 2019-20:	9%
CR4 (fyra största)	78%	CR4 (fyra största)	92%
Instabilitetsindex	0,13	Instabilitetsindex	0,08

Postnord är den största aktören med en marknadsandel på mellan 30 och 35 % (vilken har ökat sex procentenheter över året), följt av UPS med en marknadsandel mellan 20 och 25 % (vilken har minskat med ca två procentenheter). De flesta av de största företagen på marknaden har tappat marknadsandelar, jämfört med föregående år, förutom Postnord.

Graden av marknadskoncentration är betydligt lägre på marknaden för inkommande paket, jämfört med inrikesmarknaden, men har ökat något över året. De fyra största företagen på marknaden har en marknadsandel på 78 % (jämfört med 77% förra året), och när vi beräknar ett HHI får vi ett värde på 20% (jämfört med 18 % förra året).

Om vi istället använder marknadsandelar på basen av volym så framträder en mer koncentrerad bild. Postnord har en marknadsandel på ca 60 - 65 % (en ökning med fyra procentenheter från föregående år). De fyra största företagen har tillsammans 92 % av marknaden (oförändrat sedan föregående år), och vi har ett HHI på 44 % (jämfört med 41 % förra året).

3.5 Marknadskoncentration: Utgående paket

På marknaden för utgående paket finns det 12 aktörer verksamma, varav 7 har en marknadsandel över 1 %.

Tabell 7: Marknadsandelar och marknadskoncentration på marknaden för utgående paket

Paketleverantör	Omsättning (utgående)		Paketleverantör	Volymer (utgående)	
UPS	30 - 35%	(+1)	Postnord	35 - 40%	(-5)
Postnord	20 - 25%	(-2)	Bring Parcels	20 - 25%	(+1)
DHL	10 - 15%	(+1)	UPS	10 - 20%	(+1)
Bring Parcels		(+1)	DHL		(+1)
TNT	5 - 10%	(-1)	TNT	1 - 5%	--
FedEx		--	FedEx		--
Schenker	1 - 5%	--	Schenker		--
DSV Road, Budbee, Asendia, Jetpak, Bussgods	<1% enskilt, tillsammans 2,4%		Budbee		--
			Asendia		(+1)
			DSV Road, Jetpak, Bussgods	<1% enskilt, tillsammans 0,1%	

HHI index:	2 027	HHI index:	2 510
Koncentration:	20%	Koncentration:	25%
Förändring 2019-20:	-1%	Förändring 2019-20:	-12%
CR4 (fyra största)	82%	CR4 (fyra största)	90%
Instabilitetsindex	0,07	Instabilitetsindex	0,10

Marknaden för utgående paket är den enda delmarknad där Postnord inte är den största aktören i termer av omsättning. UPS har den största marknadsandelen på mellan 30 och 35 %, följt av Postnord som ligger mellan 20 och 25 %. UPS har ökat sin marknadsandel med ca en procentenhet över året, medan Postnord har tappat ca två procentenheter.

I termer av marknadskoncentration är marknaden för utgående paket den delmarknad som är minst koncentrerad i termer av HHI. De fyra största företagen har tillsammans en marknadsandel på 82 % (vilket är oförändrat sedan förra året). När vi beräknar ett HHI får vi ett värde på 20 % (ner från 21 % förra året).

Om vi istället använder marknadsandelar i termer av volymer är Postnord störst med en marknadsandel på mellan 35 och 40 %, vilken dock har minskat med fem procentenheter sedan föregående år. Precis som på övriga delmarknader får vi en mer koncentrerad bild, med ett HHI på ca 25 % (vilket dock har minskat med 12 % över året), samt en CR4-ratio på 90 % (ner från 92 %).

3.6 Sammanfattande diskussion

I denna rapport har vi undersökt graden av marknadskoncentration på paketmarknaden. Vi har fokuserat analysen på marknadsandelar i termer av

omsättning då det är vår bedömning att produkterna på de delmarknader som rapporten omfattar är relativt heterogena. För att belysa datan har vi dock även redovisat resultaten på basen av marknadsandelar i termer av volymer (se ovan).

Analysen visar att det finns ett antal verksamma aktörer på samtliga delmarknader, samt att de flesta delmarknader karakteriseras av en måttlig och/eller minskande marknadskoncentration. Detta visas i tabell 8 nedan.

Tabell 8: Graden av marknadskoncentration samt förändring över tid (baserat på omsättning)

I termer av omsättning:	HHI			CR4 ratio			Instabilitetsindex		Postnords marknadsandel		
Delmarknad:	2020	2019	2018	2020	2019	2018	2020	2019	2020	2019	2018
Hela marknaden	22%	23%	24%	78%	80%	80%	0,05	0,04	50-55%	55-60%	55-60%
Inrikes	33%	36%	37%	86%	91%	92%	0,08	0,03	55-50%	60-65%	60-65%
Inkommande	20%	18%	18%	78%	77%	78%	0,13	0,05	60-65%	60-65%	60-65%
Utgående	20%	21%	21%	82%	82%	81%	0,07	0,06	35-40%	40-45%	45-50%

Not: Postnords marknadsandel: ju mörkare blå desto högre marknadsandel

Inrikesmarknaden är den delmarknad som är mest koncentrerad (med ett HHI som visar en relativt hög koncentration), dock har koncentrationen minskat över de senaste tre åren, både i termer av HHI och CR4-ratio.

Marknadskoncentrationen är lägst på marknaderna för inkommande och utgående paketdistribution, båda med ett HHI som visar måttlig koncentration. Koncentrationen i termer av HHI har legat relativt stabil på dessa delmarknader över de senaste åren, men har under 2020 ökat något för inkommande paket, och minskat något för utgående paket.

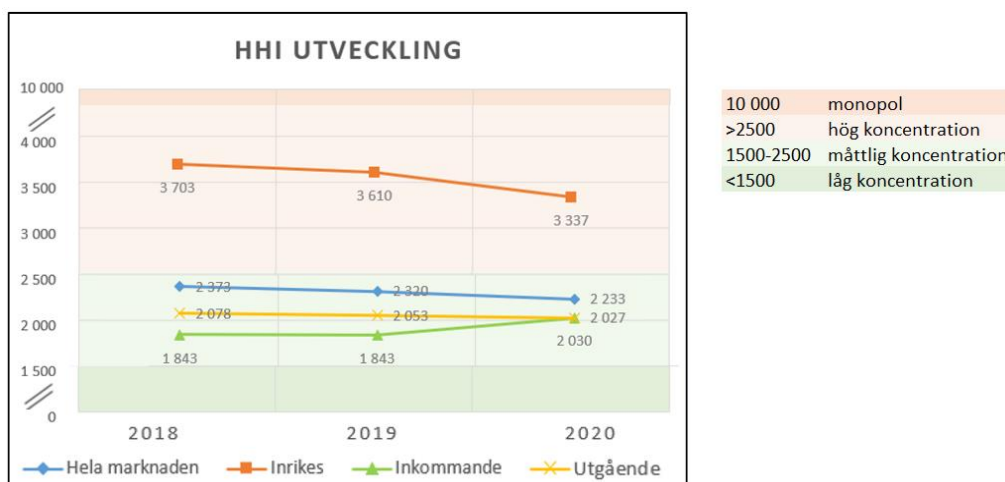
Postnord är den största aktören på samtliga delmarknader förutom på marknaden för utgående paket (på vilken UPS är störst). Postnords marknadsandelar har minskat på samtliga delmarknader, förutom då det gäller inkommande paket, där marknadsandelen har ökat över de två senaste åren. Ökningen det senaste året på marknaden för inkommande paket reflekterar åtminstone delvis att vissa av de mindre aktörerna verkar ha drabbats hårdare av flygrestriktionerna under Covid-19. Det är möjligt att det också återspeglar att tillhandahållare av den samhällsomfattande tjänsten, generellt, har haft det lättare att lösa problem med gränsöverskridande transporter under pandemin.

Det beräknade värdet på instabilitetsindexet visar ett värde närmare noll än ett på samtliga delmarknader, vilket tyder på en relativt stabil konkurrens på marknaderna. Graden av rörlighet i marknadsandelarna har dock ökat något över de senaste två åren, vilket kan tolkas som ett tecken på en mer intensiv konkurrens, även om det är relativt små förändringar i indexet. Det torde också delvis reflektera den allt hårdare konkurrensen inom sista-milen segmentet. Denna trend har blivit allt tydligare över de senaste åren, vilket PTS tidigare har beskrivit i rapporten Svensk Postmarknad 2021¹⁰.

Under 2020 var rörligheten i marknadsandelar som störst på marknaden för inkommande paketsdistribution, vilket åtminstone delvis speglar Postnords stärkta position på denna delmarknad under 2020.

Sammanfattningsvis kan PTS konstatera att analysen baserat på måtten för marknadskoncentration visar en relativt positiv bild av marknaden – särskilt mot bakgrund av att paketmarknaden är en relativt ung marknad. Även om det handlar om små förändringar i måtten på koncentration är bilden generellt en av måttlig och/eller minskande koncentration, med fler aktörer som är verksamma på marknaden, och en något ökad intensitet i konkurrensen.

Diagram 2: Utveckling av Herfindahl-Hirschman Index (HHI), 2018 - 2020



Graden av marknadskoncentration ger dock endast en partiell bild av konkurrenssituationen på marknaden. Analysen skulle därför kunna kompletteras med att undersöka hur marknadsdynamiken påverkar utfallet i andra relevanta variabler som är associerade med en marknad med välfungerande konkurrens, såsom exempelvis utfallet i priser och graden av innovation inom olika delsegment på marknaden.

Referenser

-
- ¹ EU:s paketförordning, se: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0644&from=EN>
- ² Busu (2012), An economic analysis of the degree of market concentration: Competition indicators; Department of Justice & FTC (2010), Horizontal Merger Guidelines
- ³ Detta gäller för den aggregerade nivå för vilken vi får in data under paketförordningen – inrikes, inkommande och utgående paketsdistribution. Det finns förstås submarknader med delsegment där det råder en högre grad av homogenitet i produktutbudet, t.ex. vissa segment av B2C. För närvarande har PTS dock ej tillgång till data på en mer disaggregerad nivå under paketförordningen.
- ⁴ Gwin (2001), A guide for industry study and the analysis of firms and competitive strategy
- ⁵ "Tätt oligopol" har definierats som en marknad där åtta, eller färre, företag har mer än 50 % av marknaden, och där det största företaget har 20 % eller mer av marknaden. "Löst oligopol" har definierats som en marknad inom vilken färre än 20 företag har 75 % av marknaden, men inget enskilt företag har mer än 10 till 15 %. Se Brodley (1967), Oligopoly power under the Sherman and Clayton Acts
- ⁶ HMG (2020), State of competition: Existing competition indicators
- ⁷ Department of Justice & FTC (2010), Horizontal Merger Guidelines, § 5.3. Det ska dock noteras att den europeiska kommissionen verkar ha en något striktare tolkning av HHI. Till skillnad från DoJ och FTC så har dock kommissionen, så långt som vi känner till, ej fastställt en klar och tydlig definition av marknader i termer av HHI, varför vi använder definitionen i DoJ & FTC (2010). Vårt främsta syfte med måttet är dessutom främst att hitta en indikator som möjliggör att vi kan följa utvecklingen över tid, och för det syftet ter sig den amerikanska definitionen för närvarande som den bästa tillgängliga.
- ⁸ Sys (2009), Is the container liner shipping industry an oligopoly?
- ⁹ Detta givet att man kan förvänta sig en högre intensitet i omfördelningen av marknadsandelar på en marknad med homogena produkter, än på en marknad med differentierade produkter där man kan förvänta sig att företag i högre grad konkurrerar på basen av kvalitet och service, samt att det finns en högre grad av kundlojalitet.
- ¹⁰ Se Svensk Postmarknad 2021, kapitel 2.4 (särskilt 2.4.2).