



**Norges
Handelshøyskole**

<http://www.nhh.no/sam/debatt/>

**Institutt for
samfunnsøkonomi**

Helleveien 30
5045 Bergen

**SAMFUNNSØKONOMISK
ANALYSE OG DEBATT
SØD-03/13**

ISSN: 1502-5683
2013

Tak på konkurransen

av

Lars Sjørgard

Publisert i: *Dagens Næringsliv* 30.01.2013

Synspunkter og konklusjoner som fremkommer er forfatterens egne.

SKRIFTSERIEN - SAMFUNNSØKONOMISK DEBATT

Skriftserien Samfunnsøkonomisk Debatt utgjør et supplement til den tradisjonelle "reprint" serien ved Institutt for Samfunnsøkonomi ved NHH. Mens reprint serien omfatter publiserte artikler i internasjonale vitenskapelige tidsskrifter, er Samfunnsøkonomisk Debatt primært rettet mot mindre omfattende og mer debattorienterte bidrag. Bidragene omfatter eksempelvis artikler fra norske fagtidsskrifter, kronikker og debattinnlegg med faglig forankring samt foredrag og temaforelesninger i fulltekst.



MATRO. En stor bekymring i dagligvaresektoren i Norge er at det oppstår en fredelig sameksistens. Desto mer likeverdige aktørene blir, desto større fare er det for at de har en felles interesse av å ikke konkurrere hardt.
Foto: Linda Næsfieldt

Tak på konkurransen

INNLEGG Mat

LO-leder Roar Flåthen tar i DN 23. januar til orde for å vurdere et øvre tak på størrelsen på norske dagligvarekjeder. Utgangspunktet er at kjeden Norgesgruppen stadig vokser. En naturlig tolkning av hans utsagn er at det innføres et øvre tak, for eksempel på markedsandel, for kjedene (les: Norgesgruppen).

For at dette skal være mer enn symbolpolitikk, må det være slik at dette øvre taket faktisk binder. Spørsmålet er hvordan dette vil påvirke den største kjedens adferd. Den må foreta seg noe som hindrer at den bryter med en slik størrelsesbegrensning.

Hvis reguleringen innebærer et øvre tak på markedsandelen, er det enkelt å se hvordan en



MAT OG MARKEDSMÅKT. Lars Sørgard, Norges Handelshøyskole og BECCLE.

kjede kan overholde en slik regulering. Den kan enkelt og greit konkurrere litt mindre hardt ved å sette litt høyere priser enn før. Det er kun et spørsmål om å gå langt nok i den retning for å sikre at den ikke vinner markedsandeler fra de andre kjedene.

Alternativt kan den selge ut noen av sine butikker. I det norske dagligvaremarkedet har vi observert at en kjedes salg av noen butikker typisk har medført at andre kjeder overtar butikkene som blir solgt ut. Når

den største kjeden selger butikker vil det da uvegerlig til at en mindre kjede plukker opp disse butikkene. Isåfall vil kjedene bli mer likeverdige i størrelse.

En stor bekymring i dagligvaresektoren i Norge er at det oppstår en fredelig sameksistens (eller det som i konkurranseretten kalles koordinerte virkninger). Desto mer likeverdige aktørene blir, desto større fare er det for at de har en felles interesse av å ikke konkurrere hardt, men snarere opprettholde en fredelig sameksistens. En regel som kan resultere i at den største kjeden selger noen av sine butikker til en av de mindre, kan derfor fort lede til svekket konkurranse i dette markedet.

■ Lars Sørgard, professor ved Norges Handelshøyskole og BECCLE.

Kvaliteten er vår merkevare

INNLEGG Forskning

Få ting gleder meg mer enn gode nyheter fra universitets- og høyskolesektoren. Vi er mange institusjoner som ønsker å dra hverandre opp og frem. Et eksempel er innlegg av professorer fra Universitetet i Bergen, som mandag 28. januar gratulerer NTNU med økt konkurransevne. Universitetene i Bergen og Oslo kommer dårlig ut på statistikken.

Bildet må nyanseres. Andelen av RBO-midler er ikke noe godt mål på konkurransevne. RBO står for Resultatbasert omfordeling og inkluderer blant annet publikasjonsomfang, doktorgrader og andel forskningsmidler fra Forskningsrådet og EU. RBO er således et kvantitetsmål mer enn et kvalitetsmål. Men viktigere: RBO forteller oss lite om universitetenes internasjonale konkurransekraft.

Et moderne universitet må delta i verdensmesterskap. Konkurranse mellom norske universiteter er sunt, men det



KVANTITETSMÅL MER ENN KVALITETSMÅL. Mener Petter Ottersen (UiO) om RBO-tallene.

er den internasjonale arenaen som teller. UiO satser sterkt på EU. Uttellingen derfra sier mye om universitetenes internasjonale konkurransekraft.

Universitetet i Oslo (UiO) har større tilslag på forskningsmidler fra EUs rammeprogram for forskning enn alle andre norske utdanningsinstitusjoner. Vi henter inn hele 35 prosent av de EU-bevilgningene som går til universiteter i Norge. UiO har nå 22 tildelinger fra Det europeiske forskningsrådet (ERC), langt flere enn de andre universitetene her i landet og på høyde med noen av de ledende universitetene i Europa. Antall tildelinger fra ERC er en god indikator på forskningskvalitet.

Universitetene må også være opptatt av kvalitet i utdanning, formidling og innovasjon. Å begrense diskusjonen til andel RBO-midler blir misvisende.

Men professorene fra Bergen har helt rett i en ting: At UiO ligger etter på merkevarebygging. Jeg skal være den første til å innrømme at UiO ikke har prioritert merkevarebygging gjennom aktiv markedsføring. Vi vil bygge vår merkevare gjennom kvalitet i utdanning, forskning og formidling. Uttellingene ved en slik strategi kommer ikke raskt, men de vil stå seg over tid.

■ Ole Petter Ottersen, rektor ved Universitetet i Oslo



DN 28. januar.

Kurs- og konferanseguiden

anita.steine@dn.no, tlf. 22 00 11 93 • janice.fingal@dn.no, tlf. 24 10 15 70

VESTLIA RESORT
SKI - SPA - GOLF

SALGSMØTE

WORLD TRAVEL AWARDS 2012
Norway's Leading Ski Resort

TLF: +47 32 08 72 00 • WWW.VESTLIA.NO
BOOKING: MAIL@VESTLIA.NO

GFILO

THON HOTELS HAR 17 CONFERENCE HOTELLER OVER HELE NORGE OG GARANTERT ET SOM PASSER FOR DEG.

Bestill din neste konferanse på thonhotels.no eller ring 815 52 400.

THON HOTELS

GARDERMOEN

GARDER
KURS- OG KONFERANSEENTER

Møtestedet 3 min. fra flyterminalen.
Effektive dagmøter – overnatting – helpensjon.
16 store møterom. Velrenommert kjøkken.

www.garder-kurs.no eller ring 63 99 63 00

Radisson BLU

BESTILL PÅ RADISSONBLU.NO
– DET LØNNER SEG

HOTELS DESIGNED TO SAY YES!

Behov for et godt og virkningsfullt foredrag?

- Hvordan lage et suksessteam?
- Tør å lykkes med salg
- Nøkler til suksess i prosjekter

Sverre Gjestrum,
Erfaren foredragsholder,
Ledertrener

Bestill ditt neste foredrag på bedrifspartner.com eller ring 951 22000

Utkommet i serien Samfunnsøkonomisk Analyse og Debatt 2013

- 01/13** Januar, Lars Skage Engebretsen, Kjell G. Salvanes, og Jon Fredrik Vassengen, «Midlertidige stillinger – et springbrett til permanente stillinger?», *Økonomiske analyser* 5/2012, 33-37.
- 02/13** Januar, Ola H. Grytten, «Eventyret Kavli», *Bergens Tidende*, 20.1.2013
- 03/13** Februar, Lars Sjørgard, «Tak på konkurransen», *Dagens Næringsliv*, 30.1.2013.