

Sammendrag

Markedsmakt i bylogistikk

TØI rapport 1836/2021

Forfattere: Guri N Jordbakke, Knut J. Liland Hartveit og Askill H. Halse
Oslo 2021 43 sider

I dette prosjektet har vi undersøkt om bylogistikkmarkedet er preget av markedssvikt i form av markedsmakt. Markedsmakt innebærer at enkeltaktører i markedet har makt eller innflytelse til å forhindre fullkommen konkurranse. Bylogistikk defineres gjerne som transport av varer, utstyr og avfall til, fra, i og gjennom byområder. Bylogistikkmarkedet vil med dette utgangspunkt være tilbydere av og etterspørrere etter godstransport i by. Rapporten fokuserer på tilbyderne i bylogistikkmarkedet.

Siden transport av gods er svært heterogen, er det med bakgrunn i en litteraturgjennomgang vurdert ulike måter å segmentere bylogistikkmarkedet på. Vi har valgt å inndele markedet ut fra varetype, og tar utgangspunkt i fire varesegmenter som ser ut til å være av særlig betydning når det gjelder godstransport i by. Dette er (1) Post og pakke (2) Mat, inkludert termovarer (3) Forbruksvarer (utenom mat) og (4) Bygg og anlegg (utenom bulk).

Det er utarbeidet en liste med vurderingskriterier basert på markedsteori for å kunne vurdere om de fire typene av bylogistikkmarkeder preges av en form for markedsmakt. Markedene vurderes på grunnlag av (1) antall og størrelser på virksomhetene som opererer der, (2) i hvilken grad det eksisterer etableringshindringer eller (3) en kostnadsstruktur med fokus på stordriftsfordeler og (4) i hvilken grad markedene tilbyr differensierte produkter. Disse fire vurderingskriteriene operasjonaliseres i sin tur til tre kvantitative mål, mens kostnadsstruktur og produkt differensiering belyses ved en litteraturgjennomgang. I tillegg til disse kriteriene, estimeres det et estimat for generell markedsmakt, som et supplement.

De kvantitative målene anvender et datasett fra databasen til «proff-forvalb» som utgangspunkt. Datasettet inneholder observasjoner på virksomhetsnivå. Vi har hentet ut data for virksomheter i Oslo og Tromsø som er kategorisert under næringsområdet godstransport på vei. De ulike virksomhetene er plassert i varesegmentene definert i prosjektet, samtidig som vi har vurdert hva som er en rimelig geografisk avgrensning med tanke på å tilby transport i byen.

Det er mange små bedrifter i alle segmentene, men ofte med noen større aktører med høye andeler av den totale omsetningen i markedet. Antall større aktører varierer noe over segmentene. Graden av etableringshindringer varierer også over segmentene, der matsegmentet ser ut til å ha tydelige etableringshindringer, mens de andre segmentene har få eller noen etableringshindringer. Videre tyder estimatet for generell markedsmakt på at det eksisterer markedsmakt i alle segmentene, med unntak av post og pakke der estimatet ikke er statistisk signifikant.

I litteraturgjennomgangen av kostnadsstruktur og produkt differensiering finner vi lite om bylogistikk spesifikt og derfor heller ikke på segmentene. Likevel finnes det litteratur som viser at det er forventet stordriftsfordeler i transportsektoren generelt, men ikke om eller i hvilken grad den blir utnyttet av større aktører. Resultatene tyder derfor på at det eksisterer former for markedsmakt på tilbudssiden i bylogistikkmarkedet, og styrken på denne makten varierer over segmentene.

Denne rapporten er et første skritt på vei mot å etablere et rammeverk for å gjøre samfunnsøkonomiske analyser av bylogistikkmarkedet. For å etablere et slikt rammeverk er det avgjørende med datatilgang. Gjennomgang av eksisterende data og hva som trengs for videre

utvikling vil være nødvendig for å ta neste steg for slike analyser. Muligheten for å koble eksisterende datakilder kan også vurderes. Samtidig finnes det en etterspørselsside som har påvirkning i bylogistikkmarkedet, men som ikke har blitt gjennomgått i dette prosjektet.