



Ritroð Samkeppniseftirlitsins

Viðhorf almennings til samkeppnismála

Rit nr. 1/2019





Könnun meðal almennings

Dagana 30. apríl til 3. maí 2019 framkvæmdi MMR könnun, að beiðni Samkeppniseftirlitsins, um þekkingu og viðhorf almennings til samkeppni, almennt og á einstökum sviðum. Jafnframt var spurt um þekkingu almennings á rekstri samkeppnismála. Könnunin er byggð á könnun sem framkvæmdastjórn Evrópusambandsins (ESB) hefur látið gera þrisvar sinnum í öllum aðildarríkjum sambandsins.

Með því að framkvæma könnunina hér á landi gefst tækifæri til þess að bera niðurstöðurnar saman við niðurstöður innan ESB og einstakra aðildarríkja. Nýttast þessar upplýsingar Samkeppniseftirlitinu í starfi og stefnumótun þess. Einnig eru niðurstöðurnar birtar öðrum til upplýsingar með riti þessu, jafnframt því sem þær geta nýst öðrum stjórnvöldum, s.s. við eftirfylgni við markmið sem sett eru fram í fjármálaáætlun um þekkingu almennings á atvinnulífinu.

Í könnuninni var aflað viðhorfs almennings til eftirfarandi þátta:

- Áhrifa samkeppni á neytendur og efnahagslífið.
- Persónulegrar reynsla af vandamálum vegna skorts á samkeppni, flokkað eftir geirum og birtingarmynd vandamálanna. Sérstaklega var spurt um samkeppni í síma- og internetþjónustu, farþegaþjónustu, dagvörusölu, fjármálaþjónustu, lyfjamarkaði og orkumarkaði.
- Þekkingar á samkeppnismálum (s.s. samráði eða samrunum fyrirtækja) og hvar hennar var aflað.
- Þekkingar á ákvörðunum sem teknar eru í tengslum við vandamál tengd samkeppni og hvaða yfirvöld taka þær.
- Hvert almenningur leiti ef hann verður áskynja um samkeppnisvandamál.

Fyrrgreind könnun var framkvæmd með spurningavagni á netinu og spurningum beint að Íslendingum 18 ára og eldri sem valdir voru af handahófi úr hópi álitsgjafa MMR. Svarendur voru 941 og voru niðurstöðurnar vigtaðar með tilliti til aldurs, kyns, búsetu og menntunar í þýðis. Spurningarnar voru eins og áður segir þýddar og e.a. staðfærðar úr sambærilegri könnun sem Kantar Public Brussels framkvæmdi fyrir framkvæmdastjórn Evrópusambandsins (ESB) í aðildarríkjum ESB í janúar 2019.¹ Nefnist sú könnun *Citizens' perceptions about competition policy*.

Hér á eftir er samantekt á helstu niðurstöðum könnunar MMR og samanburður við þá könnun sem framkvæmd var fyrir framkvæmdastjórn ESB. Í viðauka eru niðurstöður fyrrgreindrar könnunar eftir úrvinnslu MMR.

¹ Það athugast að Kantar framkvæmdi símakönnun á meðan MMR framkvæmdi netkönnun.



Meginniðurstöður

Nær allir svarendur telja virka samkeppni hafa góð áhrif á sig sem neytendur

- 97% svarenda telja virka samkeppni hafa jákvæð áhrif á sig sem neytendur. Þetta er hærra hlutfall en í nokkru ESB-landanna og afgerandi hærra en að meðaltali í ESB ríkjunum, en þar svöruðu 83% því til að virk samkeppni hefði jákvæð áhrif á sig sem neytendur.

Mikill meirihluti telur samkeppni hafa jákvæð áhrif á verð, gæði, nýsköpun og samkeppnishæfni fyrirtækja á alþjóðlegum markaði

- 84-88% svarenda eru sammála því að samkeppni stuðli að betra verði, úrvali og gæðum vara og þjónustu fyrir neytendur. Þetta er ívið hærra hlutfall en að meðaltali í könnun ESB, en þar voru 76-88% sammála fyrrgreindum fullyrðingum.
- 87% svarenda eru sammála því að samkeppni á milli fyrirtækja örvi nýsköpun og hagvöxt. Sama hlutfall svarenda í könnun ESB voru sammála fullyrðingunni.
- 89% eru sammála því að samkeppni hjálpi evrópskum fyrirtækjum að verða samkeppnishæfari á alþjóðlegum markaði. Ívið lægra hlutfall svarenda (að meðaltali) í könnun ESB voru sammála fyrrgreindri fullyrðingu, eða um 81%.

Íslendingar verða mest varir við samkeppnisvandamál í farþegaþjónustu, fjármálaþjónustu og á matvörumarkaði. Í könnun ESB nefna hins vegar flestir síma- og netþjónustu, orkumarkað og lyfjamarkað.

- Flestir svarendur, eða um 42%, nefndu farþegaþjónustu² sem þann geira þar sem viðkomandi höfðu upplifað vandamál sökum skorts á samkeppni. Næstflestir, eða um 33%, nefndu fjármálaþjónustu³ og þar á eftir matvörumarkað, eða um 24%.⁴
- Í könnun ESB nefndu flestir síma- og netþjónustu (27%), næstflestir orkumarkað (20%) og þar í kjölfarið lyfjamarkað (17%).

Hátt verð og lítill verðmunur er oftast nefndur þegar spurt er hver séu helstu vandamálín á viðkomandi mörkuðum:

- Hátt verð er oftast nefnt þegar spurt er hver séu helstu vandamál á þeim mörkuðum sem svarendur töldu samkeppni ekki vera næga. Þannig var verðlag oftast nefnt sem vandamál á matvörumarkaði (64%), farþegaþjónustu (64%) og lyfjamarkaði (52%).
- Lítill marktækur munur á verði fyrir svipaða þjónustu er einnig oft nefndur sem vandamál. Lítill verðmunur var þannig oftast nefndur af þeim sem töldu skort á samkeppni í fjármálaþjónustu (65%), auk þess sem þetta var oft nefnt sem vandamál í síma- og netþjónustu (41%).
- Í könnun ESB er hátt verð oftast nefnt sem vandamál. Í tilfelli síma- og netþjónustu nefndu að meðaltali um 70% svarenda verð. Það sama á við um aðra geira sem spurt var um.

² S.s. fólksflutningar á landi og flugfélög.

³ S.s. bankar og tryggingafélög.

⁴ Samtala fyrsta eða annars vals.



Samkeppniseftirlitið oftast nefnt þegar spurt er hvert eigi að leita vegna samkeppnisvandamála

- Sama hlutfall og í könnun ESB svaraði játandi spurningu um hvort viðkomandi vissi hvert hann ætti að leita með samkeppnisvandamál, eða 44%.
- Af þeim sem svöruðu nefndu 74% að leita ætti til Samkeppniseftirlitsins vegna samkeppnisvandamála. Hér munar talsverðu á svörum í könnun ESB en þar nefndu að meðaltali 45% samkeppnisyfirvald í viðkomandi landi. Næst komu Neytendasamtökin með 71%, eða svipað hlutfall og í Evrópu. Þá nefndu 4% Eftirlitsstofnun EFTA (samanborið við 10% sem nefndu framkvæmdastjórn ESB) og 9% aðrar eftirlitsstofnanir (samanborið við 34% í ESB-könnuninni).

Um 7 af hverjum 10 hafa heyrt eða lesið um samkeppnismál á sl. 12 mánuðum, samanborið við 4 af hverjum 10 í könnun ESB

- 68% svarenda höfðu heyrt eða lesið um samkeppnismál (s.s. samráð fyrirtækja, samruna eða misnotkun á markaðsráðandi stöðu) á sl. 12 mánuðum. Þetta er umtalsvert hærra hlutfall en í könnun ESB en þar höfðu að meðaltali 41% svarenda heyrt eða lesið um samkeppnismál.
- Flestir höfðu heyrt eða lesið um þessi mál í dagblaði eða tímariti (prent- eða vefútgáfu), eða um 72%, 51% í sjónvarpi, 39% í útvarpi og 34% á samfélagsmiðlum.

Um 8 af hverjum 10 hafa heyrt um ákvörðun sem tekin hefur verið af samkeppnisyfirvöldum, samanborið við 5 af hverjum 10 í könnun ESB

- 79% svarenda höfðu heyrt um ákvörðun sem hafði verið tekin af samkeppnisyfirvöldum. Er hér um að ræða hærra hlutfall en að meðaltali í ríkjum ESB en þar höfðu um 50% svarenda heyrt um slíka ákvörðun.

Nær allir nefndu Samkeppniseftirlitið sem ákvörðunaraðila

- 97% af þeim sem höfðu heyrt um ákvarðanir samkeppnisyfirvalda nefndu Samkeppniseftirlitið sem ákvörðunaraðila. Um 20% nefndu Eftirlitsstofnun EFTA og 5% framkvæmdastjórn Evrópusambandsins. Í ríkjum ESB nefndu að meðaltali mun fleiri framkvæmdastjórn ESB, eða 47%, og töluvert lægra hlutfall nefndi samkeppnisyfirvöld í aðildarríkjum, eða um 68% í samanburði við 97% hér á landi.

