

# Den svenska paketmarknaden 2021

Sammanställning av data baserat på PTS insamling av paketstatistik i juni 2022, i enlighet med EU:s paketförordning

Klicka här för att ange text.

Klicka här för att ange text.

**Rapportnummer**

PTS-ER-2022:27

**Diarienummer**

Dnr 22-9516

**ISSN**

1650-9862

**Författare**

Cecilia Nyqvist

**Post- och telestyrelsen**

Box 6101

102 32 Stockholm

08-678 55 00

[pts@pts.se](mailto:pts@pts.se)

[www.pts.se](http://www.pts.se)

## Förord

Post- och telestyrelsen (PTS) har till uppgift att fortlöpande följa utvecklingen på postmarknaden, bevaka att posttjänsterna motsvarar samhällets behov, samt främja en effektiv konkurrens. Sedan 2018 är PTS också nationell tillsynsmyndighet för Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/644 av den 18 april 2018 om gränsöverskridande pakettleveranstjänster ("paketförordningen"), vilken syftar till att främja konkurrens och pristransparens på paketmarknaden. Sedan ikraftträdandet av paketförordningen har PTS fått utökade möjligheter att samla in data från företag verksamma på den svenska paketmarknaden. Syftet med denna rapport är att beskriva utvecklingen på den svenska paketmarknaden 2021 i termer av tillväxt och marknadskoncentration. Sammanfattningsvis kan PTS konstatera att inhämtad statistik visar en dynamisk och växande paketmarknad, med ett ökande antal aktörer som konkurrerar inom de olika delsegmenten på marknaden.

Dan Sjöblom  
Generaldirektör

# Innehåll

<b>Förord</b>	<b>3</b>
<b>1. Introduktion</b>	<b>5</b>
1.1 Introduktion	5
<b>2. Paketmarknadens delmarknader och tillväxt</b>	<b>6</b>
2.1 Paketmarknadens delmarknader	6
2.2 Paketmarknadens volymer, omsättning och tillväxt	6
<b>3. Marknadskoncentration</b>	<b>8</b>
3.1 Mått på marknadskoncentration	8
3.1.1 Marknadsandelar	8
3.1.2 Koncentrationsration	8
3.1.3 Herfindahl-Hirshman Index	9
3.1.4 Instabilitetsindex	9
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	15
<b>Referenser</b>	<b>17</b>

# 1. Introduktion

## 1.1 Introduktion

Post- och telestyrelsen (PTS) inhämtar i juni varje år statistik från tillhandahållare av paketleveranstjänster som är verksamma på den svenska paketmarknaden. Statistiken samlas in i enlighet med EU:s förordning om gränsöverskridande paketleveranstjänster (EU 2018/644)<sup>1</sup> ("paketförordningen") och omfattar bland annat volymer och omsättning. Denna rapport använder statistiken för att sammanfatta den svenska paketmarknadens utveckling i termer av tillväxt och marknadskoncentration.

Statistiken i denna rapport inhämtade PTS i juni 2022 och avser paket distribuerade under 2021. Årets insamling omfattar totalt 27 företag. Statistiken för företag som ingår i samma koncern har aggregerats upp till huvudbolaget. Detta gäller de tio företagen inom Early Bird (tidigare MTD), vilka har aggregerats till ett företag, "Early Bird (MTD)", samt DHL Freight och DHL Express, vilka har aggregerats till "DHL". Efter denna aggregering återstår 17 aktörer på marknaden.

"Paket" definieras i enlighet med paketförordningen som annan postförsändelse än ett skriftligt meddelande som innehåller varor med eller utan kommersiellt värde och som väger högst 31,5 kg. Försändelser tjockare än 20 mm bedöms innehålla varor och räknas därmed som paket. Därutöver omfattar statistiken tre delmarknader:

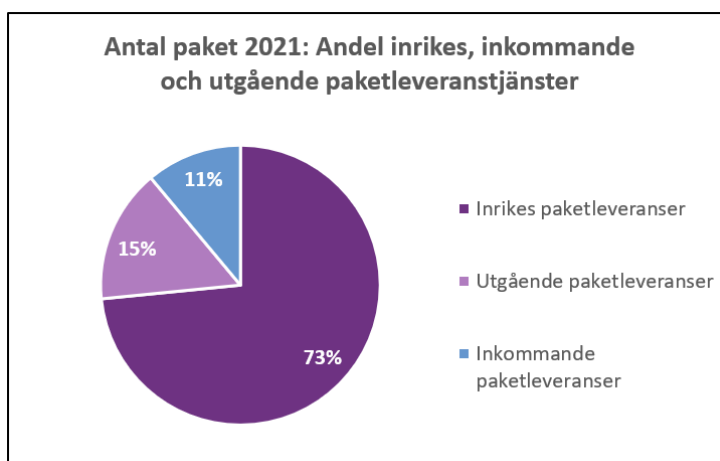
- **Inrikes paketleveranstjänster:** omfattar paket där både avsändare och mottagare finns i Sverige ("inrikesmarknaden");
- **Inkommande gränsöverskridande paketleveranstjänster:** paket där avsändaren befinner sig utanför Sverige, och mottagaren i Sverige ("inkommande paket");
- **Utgående gränsöverskridande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

## 2. Paketmarknadens delmarknader och tillväxt

### 2.1 Paketmarknadens delmarknader

Den svenska paketmarknadens största delmarknad 2021 var inrikes paketleveranstjänster, vilken utgjorde 73 % av marknaden i termer av antalet distribuerade paket. Därefter följde gränsöverskridande utgående paketleveranstjänster (15 %) och gränsöverskridande inkommande paketleveranstjänster (11 % av marknaden).

*Diagram 1: Andelen inrikes, inkommande och utgående paketleveranstjänster (i termer av volymer)*



### 2.2 Paketmarknadens volymer, omsättning och tillväxt

Under 2021 distribuerades ca 358 miljoner paket ut på den totala svenska marknaden, varav ca 263 miljoner paket hade både avsändare och mottagare i Sverige (inrikesmarknaden), 55,5 miljoner paket hade avsändaren i Sverige och mottagaren utomlands (utgående tjänster), och 39,7 miljoner paket hade avsändaren utomlands och mottagaren i Sverige (inkommande tjänster).

I termer av omsättning uppgick det totala värdet på marknaden till 22 miljarder kronor under 2021, varav inrikesmarknaden stod för 12,4 miljarder kronor, utgående paket stod för 6,7 miljarder kronor, och inkommande paket stod för 2,9 miljarder.

Tabell 1: Paketmarknadens omsättning, volymer och tillväxt under 2021

Paketmarknaden 2021	Utfall 2021		Tillväxt 2020-2021	
	Omsättning (mdkr)	Volymer (mnst)	Omsättning	Volymer
Inrikes paketleveranser	12,4	263,1	25,6%	29,0%
Utgående paketleveranser	6,7	55,5	20,0%	16,8%
Inkommande paketleveranser	2,9	39,7	15,7%	-9,0%
<b>Totala marknaden</b>	<b>22,0</b>	<b>358,3</b>	<b>22,5%</b>	<b>21,4%</b>

Under 2021 växte paketmarknaden med 22,5 % i termer av omsättning och 21,4 % i termer av volymer under 2021. Den delmarknad som växte kraftigast var inrikesmarknaden (+25,6 % i termer av omsättning, +29 % i termer av volymer), följt av utgående paketleveranser (+20 % i termer av omsättning, +16,8% i termer av volymer).

I kontrast minskade marknaden för inkommande paketleveranser med 9 % i termer av volymer, medan omsättningen ökade med 15,7 %. Detta resultat är en kombination av pandemi- och priseffekter. Under Coronapandemin såg många paketleverantörer stora ökningar av volymerna för inkommande paket, särskilt under 2020 då restriktionerna var som störst. Dessa effekter mattades sedan av under 2021 då restriktionerna togs bort. Under samma period ökade samtidigt genomsnittsintäkten per inkommande paket (skattat som omsättning/paket) hos en majoritet av aktörerna.

## 3. Marknadskoncentration

### 3.1 Mått på marknadskoncentration

#### 3.1.1 Marknadsandelar

Marknadsandelar beräknas vanligtvis på värde, vilket anses vara ett bra mått på ett företags generella förmåga att överkomma föreliggande marknadshinder och erbjuda produkter som är attraktiva för konsumenterna på marknaden. Undantaget är då marknaden karakteriseras av mycket homogena produkter, då marknadsandelar baserade på volym kan ge en mer rättvisande bild. På en mycket homogen marknad är produkterna likartade, en billig produkt kan på ett enkelt sätt ersätta en dyrare produkt. På en sådan marknad kan ett företag som erbjuder en ny, mycket billigare produkt ha en stor inverkan på konkurrensen, även om det jämförelsevis inte har så stora intäkter.<sup>2</sup>

Även om ett 'standardpaket' kan tyckas vara en relativt homogen produkt skiljer sig de erbjudna tjänsterna på paketmarknaden mellan olika företag, exempelvis i termer av dimensioner, viktklasser, leveranstid, spårbarhet, utdelningsställe (hem/ombud/skåp), olika typer av premiumservice (express/kväll/helgleverans), sektorspecifika tjänster (B2C, B2B, C2X), och även andra aspekter som t.ex. hållbarhet. Det är därför PTS bedömning att produkterna på paketmarknaden, på den aggregerade nivå för vilken myndigheten får in data, är relativt heterogena.<sup>3</sup> För att ge en fullständig bild av marknaden presenterar PTS dock marknadsandelar både i termer av omsättning och volymer i denna rapport.

#### 3.1.2 Koncentrationsration

Koncentrationsration är summan av marknadsandelarna för de  $n$  största företagen på marknaden. Ett vanligt mått är koncentrationsration för de fyra största företagen på marknaden (ofta benämnt CR4). Om CR4 överstiger 60 % brukar marknaden kategoriseras som oligopol (det vill säga, fåtalskonkurrens), med eller utan ett dominant företag. Om CR1 (det vill säga, marknadsandelen för det största företaget på marknaden) överstiger 90 % brukar marknaden kategoriseras som monopol.<sup>4</sup>



Tabell 2: Tolkning av CR4-ration

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

### 3.1.3 Herfindahl-Hirshman Index

Herfindahl-Hirschmann Index (HHI) är ett mått på marknadskoncentration, vilket beräknas som summan av de kvadrerade marknadsandelarna på marknaden. En ökning i indexet brukar tolkas som en ökning av marknadskoncentrationen, det vill säga lägre konkurrens, men ska tolkas i sin kontext, då en ökning också kan reflektera en omfördelning av marknadsandelar till mer effektiva företag.<sup>5</sup>

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.<sup>6</sup>

Tabell 3: Tolkning av Herfindahl-Hirschman Index

Indexvärde	Tolkning HHI
<15%	Låg koncentration
15 - 25 %	Måttlig koncentration
>25 %	Hög koncentration
100 %	Max = monopol

### 3.1.4 Instabilitetsindex

Instabilitetsindex är ett mått på förändringen i den relativa positionen hos företag och brukar användas som ett mått på konkurrensens intensitet. Indexet beräknas som summan av den absoluta förändringen i marknadsandelar under en tidsperiod. Om indexvärdet är nära noll indikerar det att allokeringen av marknadsandelar är relativt stabil, om nära ett, att allokeringen är relativt instabil. Ju högre indexvärde, desto högre intensitet i konkurrensen.<sup>7</sup>

### 3.2 Marknadskoncentration – Totala marknaden

På den totala marknaden fanns 17 aktörer verksamma, varav 12 enskilt hade en marknadsandel (i termer av omsättning) som översteg 1 %.

Tabell 4: Marknadsandelar och marknadskoncentration – totala marknaden

Paketleverantör	Marknadsandel (omsättning) Totala marknaden	
Postnord	40-45%	1
DHL	10-15%	-1
UPS	10-15%	-1
Schenker	5-10%	-2
Bring Parcels	5-10%	0
FedEx	1-5%	0
TNT	1-5%	0
Budbee	1-5%	1
Instabox	1-5%	1
DSV Road	1-5%	0
Early Bird (MTD)	1-5%	0
Best Transport	1-5%	0
5 aktörer enskilt <1 %	ca 2% tillsammans	--

Paketleverantör	Marknadsandel (volym) Totala marknaden	
Postnord	50-55%	0
DHL	10-15%	-1
Schenker	5-10%	-3
Bring Parcels	5-10%	0
UPS	1-5%	0
Early Bird (MTD)	1-5%	1
Instabox	1-5%	2
Budbee	1-5%	1
Airmee	1-5%	0
TNT	1-5%	0
7 aktörer enskilt <1 %	ca 3% tillsammans	--

<b>HHI</b>	<b>22,6%</b>	<b>↑</b>	<b>(22,5%)</b>
<b>CR4 (fyra största)</b>	<b>76%</b>	<b>↓</b>	<b>(78%)</b>
<b>Instabilitetsindex</b>	<b>0,08</b>	<b>↑</b>	<b>(0,04)</b>

<b>HHI</b>	<b>31%</b>	<b>↓</b>	<b>(32%)</b>
<b>CR4 (fyra största)</b>	<b>78%</b>	<b>↓</b>	<b>(82%)</b>
<b>Instabilitetsindex</b>	<b>0,10</b>	<b>↑</b>	<b>(0,09)</b>

Not: röda markeringar = "försämring"; gröna markeringar = "förbättring"

Postnord var den största aktören med en marknadsandel på mellan 40 och 45 % (i termer av omsättning). Två företag hade en marknadsandel på mellan 10 - 15 % (DHL och UPS), följt av två företag på mellan 5 och 10 % (Schenker och Bring Parcels). Därefter följer sju företag som enskilt hade en marknadsandel på mellan 1 och 5 % (FedEx, TNT, Budbee, Instabox, DSV Road, Early Bird/MTD och Best Transport). De 5 minsta aktörerna på marknaden hade enskilt mindre än 1 % av marknaden, tillsammans ca 2 %.

Jämfört med 2020 stärkte Postnord, Budbee och Instabox sin ställning med ca 1 procentenhet vardera. I kontrast tappade tre aktörer marknadsandelar – DHL och UPS ca 1 procentenhet vardera, och Schenker ca 2 procentenheter. Övriga aktörer låg relativt oförändrade med antingen en positiv (grön) eller negativ (röd) förändring med mindre än en procentenhet.

En beräkning av CR4 visar att de fyra största företagen på marknaden hade en sammanlagd marknadsandel på 76 % (omsättning), vilken minskat sedan året dessförinnan med ca 2 procentenheter. Detta innebär att sammantaget minskade marknadsmakten hos de största företagen till fördel för de mindre företagen på marknaden. Framför allt stärkte Instabox och Budbee sin ställning under året. Vad gäller CR4-ration kan vi också konstatera att distributionen av marknadsandelar

ligger i linje med definitionen för oligopol, i detta fall fåtalskonkurrens med ett dominant företag (Postnord).

När vi beräknar HHI får vi en koncentration på 22,6 % (omsättning), vilket innebär en måttlig marknadskoncentration. Detta utgör en marginell ökning från 22,5 % under 2020, vilket främst reflekterar att den största aktören (Postnord) stärkte sin ställning något under året.

Beräkning av instabilitetsindex ger ett värde som ligger relativt nära noll, vilket ska tolkas som en relativt stabil konkurrens. Indexvärdet på 0,08 visar att, i termer av omfördelning av marknadsandelar mätt i procentenheter, omfördelades 8 procentenheter under året. Detta utgör en ökning från ett värde på 0,04 under 2020, vilket kan tolkas som att konkurrensen på marknaden har ökat något i intensitet under året, det vill säga, en större andel marknadsandelar omfördelades under 2021.

Om vi istället tittar på marknadsandelar i termer av volymer får vi ett liknande resultat. Samma fem företag toppade listan. Det kan konstateras att fyra företag (UPS, FedEx, DSV Road och Best Transport) hade en högre marknadsandel i termer av omsättning, jämfört med volymer, medan det motsatta gällde för Postnord och Airmee. Detta kan tolkas som en reflektion av skillnader i produktutbud, där vissa företag har differentierade produkter för vilka de kan ta ut ett högre pris, t.ex. en större fokus på företagssektorn eller premiumprodukter. PTS kan också konstatera att marknaden var mer koncentrerad, men att koncentrationen minskade i högre grad (jämfört med 2020), när måtten beräknas på basen av volymer istället för omsättning.

### 3.3 Marknadskoncentration – Inrikesmarknaden

På inrikesmarknaden var 16 paketleverantörer verksamma, varav 11 hade en marknadsandel (i termer av omsättning) över 1 %.

Tabell 5: Marknadsandelar och marknadskoncentration – inrikesmarknaden

Paketleverantör	Marknadsandel (omsättning) Inrikesmarknaden	
Postnord	55-60%	3
DHL	10-15%	-2
Schenker	10-15%	-4
Instabox	1-5%	2
Budbee	1-5%	1
Bring Parcels	1-5%	0
Early Bird (MTD)	1-5%	1
Best Transport	1-5%	0
DSV Road	1-5%	0
Airmee	1-5%	1
Jetpak	<1%	-1
5 aktörer enskilt <1 %	ca 2% tillsammans	--

Paketleverantör	Marknadsandel (volym) Inrikesmarknaden	
Postnord	55-60%	2
DHL	10-15%	-3
Schenker	5-10%	-4
Early Bird (MTD)	5-10%	1
Instabox	5-10%	2
Budbee	1-5%	1
Bring Parcels	1-5%	0
Airmee	1-5%	1
Best Transport	1-5%	0
7 aktörer enskilt <1 %	ca 2% tillsammans	--

HHI	35%	↑	(33%)
CR4 (fyra största)	84%	↓	(86%)
Instabilitetsindex	0,15	↑	(0,08)

Not: röda markeringar = "försämring"; gröna markeringar = "förbättring"

Postnord är störst på inrikesmarknaden, med 55-60 % (omsättning). Därefter följde två aktörer med 10-15 % (DHL, Schenker), följt av sju aktörer med 1-5 % (Instabox, Budbee, Bring Parcels, Early Bird, Best Transport, DSV, Airmee och Jetpak).

Jämfört med 2020 stärkte Postnord, Instabox, Early Bird och Airmee sin ställning. DHL, Schenker och Jetpak tappade något, medan övriga aktörer låg mer eller mindre oförändrade (förändring på mindre än en procentenhet).

Marknadskoncentrationen låg på 35 %, vilket innebär en hög koncentration. Koncentrationen ökade med 2 procentenheter under året, vilket framför allt reflekterar att den största aktören stärkte sin ställning.

De fyra största företagen hade tillsammans en sammanlagd marknadsandel (CR4) på 84 %, vilken var en minskning med 2 procentenheter sedan året innan. Detta resultat speglar att de mindre aktörerna på marknaden stärkte sin ställning under året.

Beräkning av instabilitetsindex ger ett värde på 0,15, vilket utgör en ökning från 0,08 året innan. Det vill säga, konkurrensen intensifierades något över året.

Beräkning av marknadsandelar på basen av volymer ger en liknande bild i termer av distribution av marknadsandelar och mått på marknadskoncentration. PTS kan konstatera att framför allt Early Bird och Instabox hade en högre marknadsandel i termer av volymer, vilket möjligtvis kan tolkas som att en stor del av deras tjänster

konkurrerade inom segment som var mer homogena och inom vilka de kunde konkurrera effektivt exempelvis på basen av pris.

### 3.4 Marknadskoncentration – Inkommande paket

På marknaden för inkommande paketleveranser var 12 paketleverantörer verksamma, varav 8 hade en marknadsandel (i termer av omsättning) över 1 %.

Tabell 6: Marknadsandelar och marknadskoncentration – inkommande paket

Paketleverantör	Marknadsandel (omsättning) Inkommande		Paketleverantör	Marknadsandel (volym) Inkommande		
Postnord	25-30%	-6	Postnord	45-50%	-14	
UPS	15-20%	0	UPS	20-25%	5	
FedEx	15-20%	2	Bring Parcels	10-15%	4	
TNT	15-20%	1	Schenker	5-10%	1	
Bring Parcels	5-10%	2	TNT	5-10%	2	
DHL	5-10%	1	DHL	1-5%	1	
Schenker	1-5%	0	FedEx	1-5%	1	
Budbee	1-5%	--	Budbee	1-5%	--	
4 aktörer enskilt <1 %	<1% tillsammans	--	4 aktörer enskilt <1 %	<1% tillsammans	--	
<b>HHI</b>	<b>17%</b>	<b>↓</b>	<b>(19%)</b>	<b>31%</b>	<b>↓</b>	<b>(43%)</b>
<b>CR4 (fyra största)</b>	<b>77%</b>	<b>↓</b>	<b>(80%)</b>	<b>87%</b>	<b>↓</b>	<b>(91%)</b>
<b>Instabilitetsindex</b>	<b>0,12</b>	<b>↓</b>	<b>(0,13)</b>	<b>0,27</b>	<b>↑</b>	<b>(0,09)</b>

Not: röda markeringar = "försämring"; gröna markeringar = "förbättring"

Postnord var störst på marknaden för inkommande paket, med en marknadsandel på 25–30 % (omsättning). Därefter kom tre företag mellan 15 och 20 % (UPS, FedEx, TNT), följt av två företag med mellan 5 och 10 % (Bring Parcels och DHL), och ytterligare två företag med mellan 1 och 5 % (Schenker och Budbee).

Framför allt Postnord tappade marknadsandelar jämfört med året innan, medan övriga företag antingen stärkte sin ställning eller låg relativt oförändrade.

När vi beräknar HHI får vi en marknadskoncentration på 17 %, vilket innebär en måttlig marknadskoncentration. Koncentrationen minskade med två procentenheter jämfört med 2020. De fyra största företagen hade sammanlagt en marknadsandel (CR4) på 77 %. Koncentrationsration minskade med 3 procentenheter.

Beräkning av instabilitetsindex ger ett värde på 0,12, vilket var en minskning från 0,13 föregående år. Det innebär att en något lägre andel marknadsandelar omfördelades i jämförelse med året innan.

Om vi istället tittar på marknadsandelar i termer av volymer får vi en likartad bild. Även på denna delmarknad var marknadskoncentrationen högre, men minskar mer, när koncentrationsmått beräknas i termer av volymer. Vi får också ett högre värde på instabilitetsindex, vilket visar att 27 procentenheter omfördelades under året, dvs

måttet baserat på volymer visade en högre intensitet i konkurrensen jämfört med året innan.

### 3.5 Marknadskoncentration – Utgående paket

På marknaden för utgående paketleveranser var 14 paketleverantörer verksamma, varav 9 hade en marknadsandel (i termer av omsättning) över 1 %.

Tabell 7: Marknadsandelar och marknadskoncentration – utgående paket

Paketleverantör	Marknadsandel (omsättning) Utgående	
UPS	30-35%	0
Postnord	20-25%	-1
DHL	15-20%	2
Bring Parcels	10-15%	-1
FedEx	5-10%	1
TNT	1-5%	0
Schenker	1-5%	0
Budbee	1-5%	1
6 aktörer enskilt <1 %	ca 2% tillsammans	--
<b>HHI</b>	<b>21%</b> ↓	<b>(21,5%)</b>
<b>CR4 (fyra största)</b>	<b>85%</b> ↓	<b>(86%)</b>
<b>Instabilitetsindex</b>	<b>0,07</b> ↑	<b>(0,06)</b>

Paketleverantör	Marknadsandel (volym) Utgående	
Postnord	35-40%	-1
Bring Parcels	20-25%	-2
UPS	15-20%	-1
DHL	10-15%	0
Budbee	1-5%	2
FedEx	1-5%	0
TNT	1-5%	0
Schenker	1-5%	0
Asendia	1-5%	0
5 aktörer enskilt <1 %	ca 1% tillsammans	--
<b>HHI</b>	<b>25%</b> ↓	<b>(26%)</b>
<b>CR4 (fyra största)</b>	<b>89%</b> ↓	<b>(91%)</b>
<b>Instabilitetsindex</b>	<b>0,06</b> ↓	<b>(0,1)</b>

Not: röda markeringar = "försämring"; gröna markeringar = "förbättring"

UPS var störst på marknaden för utgående paket, med en marknadsandel på mellan 30 och 35 % (i termer av omsättning). Därefter kom Postnord (20-25 %), följt av DHL (15-20 %), FedEx (5-10 %), följt av tre företag som enskilt hade en marknadsandel på mellan 1 och 5 % (TNT, Schenker och Budbee).

Framför allt DHL, FedEx och Budbee stärkte sin ställning jämfört med året innan, medan Postnord och Bring Parcels tappade något. Övriga aktörer låg mer eller mindre oförändrade med en förändring på mindre än en procentenhet.

HHI visar en marknadskoncentration på 21 %, vilket är måttlig marknadskoncentration. Koncentrationen minskade marginellt under året.

CR4-ratio visar att de fyra största företagen hade en sammanlagd marknadsandel på 85 %, vilken var en liten minskning jämfört med året innan.

Instabilitetsindex ökade något, det vill säga, en något högre andel av marknadsandelarna omfördelades under året jämfört med 2020.

Om vi istället gör beräkningarna på basen av volymer så har vi fortfarande samma fyra aktörer som toppar listan, men Postnord var nu största aktören, följt av Bring

Parcels, UPS och DHL. Även på denna delmarknad var marknadskoncentrationen högre, men minskade mer, när koncentrationsmåttan beräknas i termer av volymer.

### 3.6 Sammanfattande diskussion

I avsnittet har vi undersökt graden av marknadskoncentration på den svenska paketmarknaden 2021. Vi har fokuserat analysen på marknadsandelar i termer av omsättning, då det är PTS bedömning att marknaden är relativt heterogen på den aggregerade nivå för vilken vi får in data. För att belysa marknaden har myndigheten även presenterat marknadsandelar på basen av volymer.

Analysen visar att det under 2021 rådde en måttlig marknadskoncentration (HHI) på samtliga delmarknader, förutom inrikes, där koncentrationen var hög. Mellan 2018 och 2021 (se tabell 7, nedan) minskade koncentrationen på samtliga delmarknader, förutom på marknaden för utgående paket, där koncentrationen legat mer eller mindre oförändrad sedan 2018.

Koncentrationsration (CR4) minskade mellan 2018 och 2021 på samtliga delmarknader förutom på marknaden för utgående paket. En minskning i koncentrationsration innebär att marknadsmakten hos de största företagen har minskat, till fördel för de mindre företagen på marknaden. Denna utveckling var särskilt stark på inrikesmarknaden, där CR4 har minskat med 7 procentenheter sedan 2018, vilket framför allt reflekterar den fortsatt starka tillväxten hos små men starkt växande företag som t.ex. Instabox, Budbee, Airmee och Early Bird. På marknaden för utgående paket har CR4 sammantaget ökat under perioden 2018-2021, men minskade något under 2021. Nedgången under det senaste året reflekterar att relativt nya aktörer som Airmee och Instabox har börjat ta sig in även på denna delmarknad under 2021.

Instabilitetsindex, graden av omfördelning av marknadsandelar, visar ett värde närmare noll än ett på samtliga delmarknader, vilket ska tolkas som en relativt stabil konkurrens. Under perioden 2019-2021 har måttet ökat på marknaden som helhet, samt på inrikesmarknaden, men har minskat något på marknaderna för inkommande och utgående paket. Under 2021 har konkurrensens intensitet, mätt i termer av graden av omfördelning av marknadsandelar, varit som störst på inrikesmarknaden.

Postnord var den största aktören på samtliga delmarknader 2021, förutom på marknaden för utgående paket, där UPS var störst. Postnords marknadsandel har under perioden 2018-2021 minskat på samtliga delmarknader, förutom på inrikesmarknaden där den, sett sammantaget över hela perioden, låg relativt oförändrad. På marknaden för utgående paket var UPS störst, men har tappat något under 2021.

Sammantaget ger analysen av olika mått på marknadskoncentration och konkurrens en relativt positiv bild av den svenska paketmarknaden. Ett ökande antal företag är verksamma på de olika delmarknaderna, och generellt råder det en måttlig och/eller minskande koncentration sedan 2018. Undantaget är utgående paketleverans, men även här kan PTS konstatera en viss förbättring i måtten under 2021.

Tabell 7: Utveckling i konkurrensmått över tid (på basen av omsättning)

(Omsättning)	HHI				CR4 ratio				Instabilitetsindex			Postnord (%)			
Delmarknad:	2021	2020	2019	2018	2021	2020	2019	2018	2021	2020	2019	2021	2020	2019	2018
Hela marknaden	23%	22%	23%	24%	76%	78%	80%	80%	0,08	0,04	0,04	40-45%	40-45%	40-45%	40-45%
Inrikes	35%	33%	36%	37%	84%	86%	91%	92%	0,15	0,08	0,03	55-60%	50-55%	55-60%	55-60%
Inkommande	17%	19%	18%	18%	77%	80%	79%	78%	0,12	0,13	0,15	25-30%	30-35%	20-25%	25-30%
Utgående	21,0%	21,5%	22%	21%	85%	86%	86%	81%	0,07	0,06	0,11	20-25%	20-25%	25-30%	25-30%

Not: HHI: grön = måttlig; röd = hög koncentration. Postnords marknadsandel: ju mörkare blå, desto högre värde.



## Referenser

- 
- <sup>1</sup> EU:s paketförordning, se: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0644&from=EN>
- <sup>2</sup> Busu (2012), An economic analysis of the degree of market concentration: Competition indicators; Department of Justice & FTC (2010), Horizontal Merger Guidelines
- <sup>3</sup> Detta gäller för den aggregerade nivå för vilken vi får in data under paketförordningen – inrikes, inkommande och utgående paketdistribution. 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.
- <sup>4</sup> Gwin (2001), A guide for industry study and the analysis of firms and competitive strategy
- <sup>5</sup> HMG (2020), State of competition: Existing competition indicators
- <sup>6</sup> 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.
- <sup>7</sup> Sys (2009), Is the container liner shipping industry an oligopoly?