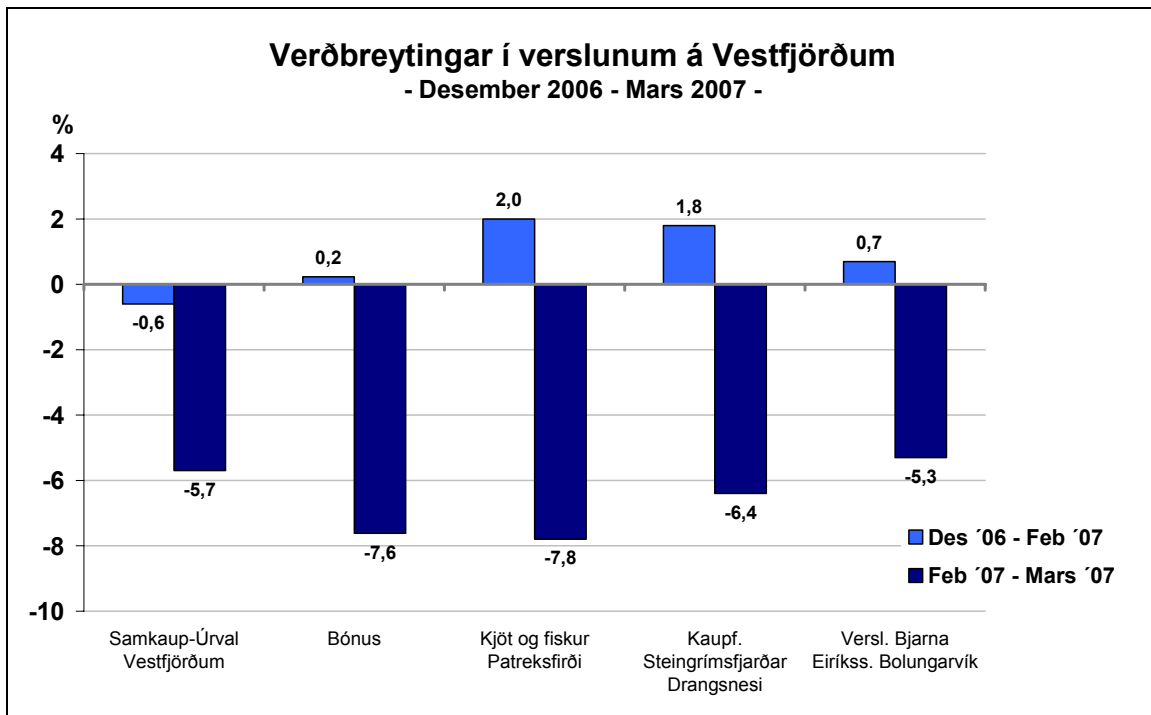


Niðurstöður verðmælinga á Vestfjörðum

Verðlagseftirlit ASÍ hefur á undanförum mánuðum fylgst náið með verðþróun á mat- og drykkjarvörum í matvöruverslunum um land allt til þess að meta hvernig lækkanir á virðisaukaskatti og vörugjöldum þann 1. mars sl. skila sér út í verðlag til neytenda. Nú eru birtar niðurstöður úr verðmælingum í verslunum á Vestfjörðum ásamt þeim verslunarkerðjum sem starfrækja verslanir þar. Verðmælingar hófust í verslunum í desembermánuði 2006 til þess að unnt væri að meta verðþróun í aðdraganda breytinganna. Niðurstöðurnar sem hér eru birtar sýna annars vegar verðbreytingar í verslunum á tímabilinu frá desember 2006 til febrúar 2007 og hins vegar milli febrúar og mars 2007 þegar virðisaukaskattur og vörugjöld voru lækkuð.

Verðbreytingar í verslunum á Vestfjörðum voru á bilinu 0,6% lækkun til 2% hækkun milli mælinga í desember og febrúar en verð lækkaði um 5,3% til 7,8% milli mælinga í febrúar og mars. Þessar niðurstöður eru í góðu samræmi við aðrar niðurstöður sem verðlagseftirlitið hefur birt sem sýna að verð hjá flestum aðilum lækkaði á bilinu 6%-7% á milli febrúar og mars. Þetta er einnig í góðu samræmi við mælingar Hagstofu Íslands á matar- og drykkjarlið vísitölu neysluverðs á tímabilinu.



Hagstofa Íslands áætlaði í upphafi árs að lækkun á virðisaukaskatti mundi lækka verð á mat og drykkjarvörum um 7,4% og niðurfelling á vörugjöldum um 1,3% til viðbótar. Lækkun á virðisaukaskatti átti að skila sér til í vöruverði til neytenda þegar þann 1.mars þegar breytingin tók gildi en lækkanir vegna niðurfellingar á vörugjöldum geta hins vegar tekið 1-2 mánuði að skila sér að fullu út í vöruverð. Út frá tölum úr fyrstu mælingum á verðlagi eftir breytingarnar 1. mars má því almennt segja að lækkanir á virðisaukaskatti

og vörugjöldum hafi skilað sér í viðunandi lækkun á vöruverði til neytenda í flestum verslunum þó allnokkur munur sé milli verslana innbyggðis.

Töflurnar að neðan sýna verðbreytingar á einstaka vöruflokkum í hverri verslun á tímabilinu. Mælt er það verð sem viðskiptavinir greiða fyrir vörur á hverjum tíma og skýrast sveiflur í verðlagi einstakra vöruflokka af verðbreytingum á milli mælinga sem bæði geta stafað af verðhækkunum/lækkunum og tilbodsverðum sem eru í verslunum þegar mælingar eru gerðar. Almennar hækkanir voru í flestum vöruflokkum á tímabilinu frá desember til febrúar en verð lækkaði umtalsvert milli mælinga í febrúar og mars. Mest verðlækkun á því tímabili var á vöruflokkum eins og gosi, söfum og vatni, þá lækkaði verð á kaffi, te, kakó, sykri og sætindum víðast umfram aðrar matvörur.

Verðbreytingar á vöruflokkum										
	Samkaup -Úrval		Bónus		Kjöt og fiskur Patreksfirði		Kaupf. Steingrímsfjarðar Drangnsi		Versl. Bjarna Eiríkssonar Bolungarvík	
	Des - Feb	Feb - Mars	Des - Feb	Feb - Mars	Des - Feb	Feb - Mars	Des - Feb	Feb - Mars	Des - Feb	Feb - Mars
Brauð og kornvörur	-1,2%	-6,8%	-0,8%	-7,9%	1,1%	-5,3%	1,8%	-7,1%	0,8%	-7,0%
Kjöt	-1,6%	-3,4%	2,6%	-4,1%	7,5%	-7,6%	1,5%	-2,0%	3,2%	-5,3%
Fiskur	-11,8%	3,0%	4,1%	-6,1%	9,3%	-6,0%	0,0%	-6,1%	0,0%	-4,5%
Mjólk, ostar og egg	0,2%	-5,8%	3,5%	-6,5%	-1,0%	-6,0%	0,0%	-5,4%	0,1%	-3,7%
Oliur og feitmeti	0,8%	-8,0%	11,3%	-5,6%	0,0%	-5,1%	-0,5%	-8,2%	0,0%	-4,9%
Ávextir	-2,1%	-7,6%	-1,2%	-2,3%	3,3%	-6,2%	-4,2%	-9,8%	1,4%	-0,4%
Grænmeti og kartöflur	3,9%	-3,5%	5,6%	-6,3%	-5,2%	-6,2%	8,8%	-3,4%	1,5%	-3,4%
Sykur, súkkulaði og sætindi	1,1%	-5,5%	-16,2%	-8,7%	0,6%	-7,0%	-0,2%	-9,2%	0,2%	-2,5%
Aðrar matvörur	2,1%	-5,4%	7,1%	-6,9%	-0,3%	-6,0%	-0,8%	-5,8%	0,0%	-3,8%
Kaffi, te og kakó	0,5%	-6,3%	3,6%	-9,9%	1,4%	-4,5%	1,6%	-7,7%	0,7%	-5,6%
Gos, safar og vatn	1,2%	-14,7%	-4,1%	-20,6%	-0,6%	-18,1%	9,0%	-10,0%	-0,9%	-8,2%

Verðmælingar verðlagseftirlits ASÍ voru gerðar í verslunarkedjum um land allt og stóðu yfir í um vikutíma í senn í desember, febrúar og mars. Rétt er að taka fram að ekki er um verðsamánburð á milli verslanakedja að ræða heldur er hér einungis lagt mat á verðbreytingar innan hvernar kedju fyrir sig. Við útreikninga á verðbreytingum verslana er reiknuð út vegin breyting á verði vörukörfu í hverri verslunarkedju. Grunnur að vog vörukörfunnar er byggður á þeirri vog sem Hagstofa Íslands notar til útreiknings á vísitölu neysluverðs. Mikilvægt er að taka fram að vöruúrval þeirra verslana sem hér eru skoðaðar er mjög misjafnt og vöruúrval í einstaka vöruflokkum er afar mismunandi eftir verslunum sem getur haft áhrif á niðurstöður úr veginni verðbreytingu. Einnig getur ástand verðmerkinga í verslunum haft mikil áhrif á nákvæmni verðmælinga þar sem ávallt er miðað við það verð sem er sýnilegt fyrir viðskiptavinum inni í versluninni. Á Vestfjörðum reyndist verðmerkingum svo ábótavant í versluninni Fjölval á Patreksfirði að ekki var unnt að reikna út verðbreytingu í þeirri verslun. Verðmerkingar vantaði á marga stóra vöruflokka í versluninni sem gerir það að verkum að þær upplýsingar sem fást út úr verðmælingum eru mjög takmarkaðar. Það er mjög slæmt fyrir neytendur að verslanir skuli vanrækja þá skyldu sína að verðmerkja vörur inni í versluninni til upplýsinga fyrir neytendur. Góðar verðmerkingar eru mikilvæg forsenda þess að neytendur geti tekið upplýstar ákvarðanir við innkaup sín og veitt versluninni nauðsynlegt aðhald. Verðmerkingum var einnig nokkuð ábótavant í mælingunni í desember í versluninni Kjöt og fiskur á Patreksfirði.

Óheimilt er að vitna í niðurstöðurnar í auglýsingum og við sölu nema með heimild ASÍ