



5. tbl. 3. árg. 3. nóv. 2005

Verðstríð getur ýtt undir verðbólgu

Verðstríð þar sem vörur eru seldar undir kostnaðarverði getur til lengri tíma reynst samkeppnis-hamlandi og þar af leiðandi skaðlegt fyrir neytendur. Þó samkeppni sé í flestum tilvikum góð, er ljóst að til þess að neytendur fái hennar notið á fákeppnismörkuðum er nauðsynlegt að koma í veg fyrir að markaðsráðandi aðilar geti hindrað eðlilega samkeppni með því að ryðja minni aðilum úr vegi.

Á fyrri hluta ársins hófu lágvörusverlanir mikið verðstríð og neytendur nutu þess í mikilli lækkun í matarútgjöldum heimilisins. Þær verlanir sem lækkuðu verð mest í upphafi, hafa smám saman dregið hluta þeirrar lækkunar til baka. Það hefur verðbólguhvetjandi áhrif. Það er því ljóst, að sé málið skoðað yfir lengri tíma, þá getur samkeppni af því tagi sem neytendur nutu ávaxta af fyrr á árinu, haft mjög neikvæð áhrif. Verð hefur færst til fyrra horfs og verðbólga hefur aukist, m.a. vegna þessa.

Í þessu tölublaði Vinnan.is er að finna samantekt úr verðkönnunum verðlagseftirlits ASÍ það sem af er árinu. Fjallað er um þróun vöruverðs á tímabilinu og verðstríðið skoðað yfir lengri tíma frá sjónarhóli neytenda.

Ritstjóri:
Guðmundur Rúnar Árnason
Ábyrgðarmaður:
Grétar Þorsteinsson



Verðlækkarnir hafa að miklu leyti gengið til baka

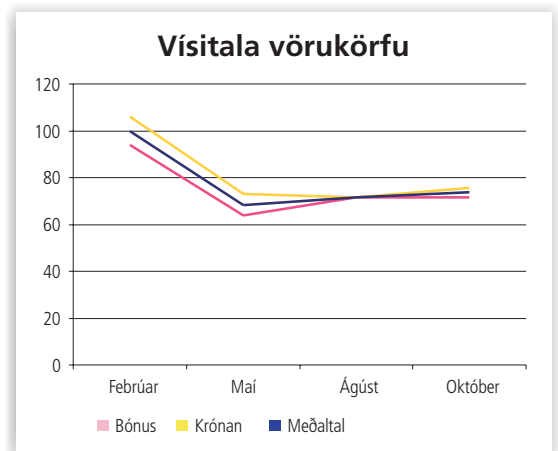
Samkeppni á matvörumarkaði hefur verið með líflegasta móti það sem af er þessu ári. Lágvöruverðsverlanirnar hófu á fyrri hluta ársins mikið verðstríð og neytendur nutu þess í mikilli lækkun á matarreikningi heimilisins. Verðlagseftirlit keppust um að bjóða lægra verð en samkeppnisaðilinn og fjöldi neysluvara var seldur langt undir kostnaðarverði. Verðstríðið náði hæstu hæðum þegar mjólkurlítrinn fékkst gefins í einni af verslunum bæjarins eftir að hafa verið seldur á 1 krónu hjá keppinauti. Þó þetta kunni að vera gleðiefni til skamms tíma er ljóst að þegar fram í sækir geta markaðsráðandi aðilar með þessum hætti hamlað eðlilegri samkeppni sem kemur illa niður á neytendum að lokum.

Verðlagseftirlit ASÍ hefur frá áramótum gert ítarlegar verðkannanir í matvörusverlunum og fylgst með þróun á vöruverði. Matvörur eru einn stærsti liðurinn í heimilisútgjöldum fjölskyldna í landinu og því telur verðlagseftirlitið mikilvægt að neytendur hafi aðgang að góðum upplýsingum um matvöruverð og að stöðugt virkt aðhald sé með aðilum á markaðnum. Hér á eftir fer samantekt úr könnunum verðlagseftirlitsins það sem af er árinu, þar sem fjallað er um þróun vöruverðs á tímabilinu og velt upp hugleiðingum um hvort verðstríð sé gott fyrir neytendur.

Lágvöruverðsbúðir lækkuðu mikið – en hafa hækkað aftur

Ljóst var þegar í upphafi verðstríðsins að þær miklu verðlækkarnir sem urðu á ákveðnum vörutegundum í lágvöruverðsverslunum voru einungis tímabundnar. Verð á stórum vöruflokkum lækkaði í mörgum tilvikum um tugi prósent milli verðkannana í lágvöruverðs-

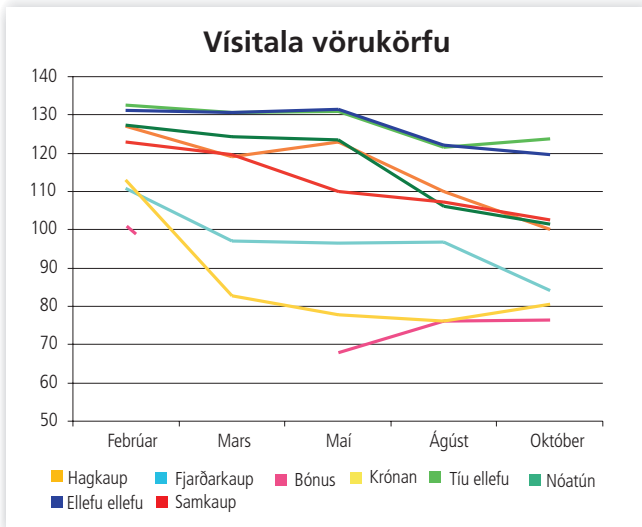
verslunum. Í tveimur stærstu lágvöru-verðsbúðunum lækkaði t.a.m. meðalverð á mjólk milli kannana í febrúar og maí um tæp 50% og annarra mjólkurvara á bilinu 20-30%. Verð á brauði, grænmeti og ávöxtum lækkaði einnig í mörgum tilvikum um 40-50% milli þessara tveggja mælinga. Einnig var talsverð lækkun á verði á kaffi og viðbiti.



Mynd 1 sýnir breytingu á verði vörukörfu í tveimur stærstu lágvöruverðsbúðunum milli þriggja verðkannana í febrúar, maí, ágúst og október. Vöruflokkarnir inniheldur mjólk og mjólkurvörur, smjör, ost, kaffi og brauð ásamt grænmeti og ávöxtum. Meðalverði körfunnar í verslunum tveimur er gefið gildið 100 og eru breytingar á verði körfunnar reiknaðar út frá því.

Vöruflokkarnir lækkaði milli mælinga í febrúar og október um tæplega 24% í Bónus og 29% í Krónunni.

Aðrar verslanir lækkuðu í kjölfarið



Mynd 2 sýnir verðþróun á sömu vörukörfu í fleiri verslunum milli kannana í febrúar, mars, maí, ágúst og október. Lægstu vörukörfunni í febrúar, sem var í verslun Bónus, er gefið gildið 100 og verð annarra verslana reiknað út frá því.

Í Hagkaupum og Nóatúni var fremur lítil breyting á verði heildarkörfunnar á tímabilinu frá febrúar fram í maí. Milli mælinga í maí og ágúst lækkaði vöruverð hins vegar nokkuð. Vörukarfan í þessum verslunum lækkaði að meðaltali um 12,5% milli mælinga í maí og ágúst sem rekja mátti til lækkunar á flestum vöruflokkum í körfunni. Milli kannana í ágúst og október lækkaði verð köfunnar enn frekar í þessum verslunum, en sú lækkun stafaði nánast engöngu af lækkun á verði grænmetis og ávaxta. Í klukkubúðunum Tíu-ellefu og Ellefu-ellefu var verð vörukörfunnar sömuleiðis nánast óbreytt á milli febrúar og maí en lækkaði milli maí og ágúst um 7%. Það má að langmestu leyti rekja til breytinga á verði grænmetis og ávaxta.

Í verslun Samkaupa lækkaði vöruverð þegar talsvert milli kannana í febrúar og maí, verð körfunnar lækkaði um rúm 10% á milli þessara mælinga en breyttist svo óverulega frá maí og fram í ágúst. Rúmlega 4% lækkun varð á verði körfunnar milli ágúst og október en þá lækkun má líkt og í öðrum verslunum einkum rekja til lækkunar á verði grænmetis og ávaxta.

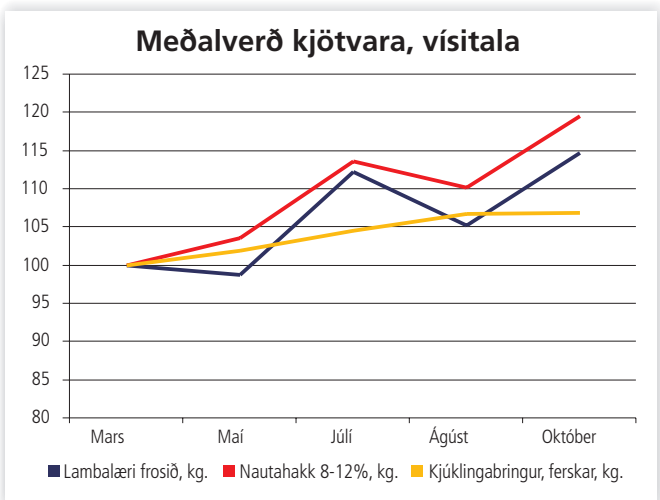
Svipaða sögu er að segja um verslun Fjarðarkaupa þar sem nokkur lækkun varð á vöruverði strax milli kannana í febrúar og mars þegar verð vörukörfunnar lækkaði um rúmlega 12% en breyttist svo óverulega milli mælinga fram í ágúst. Í október hafði karfan hins vegar lækkað um 13% frá síðustu mælingu, að stórum hluta vegna lækkunar á grænmeti og ávöxtum, en þó einnig vegna lækkunar í öðrum vöruflokkum.

Í öðrum stórmörkuðum en lágvöruverðsbúðunum voru það sömu vöruflokkar og hjá lágvöruverðsbúðunum ss. mjólk og mjólkurvörur, viðbit, brauð og kaffi sem stóðu á bak við mestu verðlækkunina fram í ágúst. Í könnuninni í október hafði verð þessara vara breyst lítið og breyting á verði körfunnar aðallega vegna grænmetis og ávaxta.

Hafa allar vörur lækkað?

Þrátt fyrir verðstríðið hafa ekki allar matvörur lækkað. Af þeim vörum sem verðlagseftirlitið hefur kannað reglulega hefur verðlag á kjötvörum t.a.m. hækkað í öllum verslunum sem skoðaðar hafa verið frá því mælingar á verði kjötvára hófust í verðkönnunum í mars.

Milli kannana í mars og október hafði meðalverð á lambalæri hækkað um tæp 15% og á nautahakki um tæplega 20%. Meðalverð á kjúklingabringum hafði í október hækkað um tæplega 7% frá því í könnuninni í mars. Meðalverð á svínagúllasi hækkaði um 19% milli kannana í mars og október og meðalverð á nautagúllasi hækkaði um 8% á sama tímabili.



Auk þess hefur verð á vigtuðum brauðostum staðið í stað í könnunum frá því í upphafi árs. Verðlagseftirlitið hefur ekki haldgóðar upplýsingar um þróun á verði fiskmetis á árinu í sínum könnunum, en skv. upplýsingum úr vísitölu neysluverðs hefur fiskverð heldur verið að síga upp á við seinni hluta árs. Heildarinnkaupakarfa heimilisins hefur því lækkað minna en getið er um hér að framan þar sem hvorki kjöt- né fiskmeti eru í körfunni. Ef miðað er við útreikning Hagstofunnar á vísitölu neysluverðs hafði verðlag á mat og drykk í október lækkað um 2,5% síðan í febrúarmánuði.

Samantekt

Stór hluti þeirrar miklu lækkunar á matvöru sem varð á fyrri hluta ársins hefur nú gengið til baka. Það skilar sér í aukinni verðbólgu í hagkerfinu. Lágvöruverðsverslanirnar, sem mest lækkuðu verð í upphafi, hafa smám saman dregið hluta þeirrar lækkunar til baka en aðrir stórmarkaðir sem flestir héldu verði nánast óbreyttu fram eftir vori höfðu síðla sumars lækkað verð nokkuð hjá sér í ákveðnum vöruflokkum. Aftur hefur því dregið nokkuð úr þeim gríðarlega verðmun sem myndaðist milli lágvöruverðsverslana og annarra stórmarkaða þótt enn sé umtalsverður verðmunur.



Er verðstríð gott fyrir neytendur?

Líkt og gefur að skilja kætast neytendur þegar verðlag lækkar og heimilið kemst af með að verja minna af ráðstöfunartekjum sínum til kaupa á nauðsynjavörum. Ekki má þó horfa fram hjá því að varasamar hliðar geta fylgt samkeppni líkt og þeirri sem ríkt hefur milli lágvöruverðsverslana á matvörumarkaði undanfarið. Þegar svo sterkir markaðsaðilar hefja verðstríð sín á milli og undirbjóða hvern annan, algerlega óháð kostnaðarverði þeirrar vöru sem boðin er til sölu, er slíkt óneitanlega til þess fallið að ryðja minni markaðsaðilum úr vegi og hindra eðlilega samkeppni á markaði. Minni fyrirtæki og nýir aðilar á markaði hafa sjaldnast bolmagn til þess að standa undir slíkri niðurgreiðslu á vörum. Þeir hrekjast því af markaði eða hætta sér ekki inn á hann af ótta við að verða hraktir út aftur með hörðu verðstríði. Afleiðingarnar verða þær að sterkasti aðilinn á markaðnum sem hvað lengst getur haldið áfram að niðurgreiða vörur sínar, stendur eftir þegar öðrum hefur verið rutt úr vegi og getur þá (aftur) stjórnað verðlagningu á markaði. Fyrir neytendur er þetta slæmur kostur. Þótt samkeppnin sé góð og við fögnum henni, er ljóst að til þess að neytendur fái hennar notið á fákeppnismarkaði líkt

og hér er ríkjandi verða markaðsráðandi aðilar að fylgja leikreglum markaðarins. Líkt og áður hefur verið bent á, hagnast neytendur fyrst og fremst á því að verðlag á nauðsynjavörum haldist viðvarandi lágt og stöðugt. Nauðsynlegt er því að tryggja að ekki séu hindranir á markaðnum fyrir nýja aðila að hasla sé völl og taka þátt í samkeppninni. Verðstríð líkt og það sem háð hefur verið undanfarið, er ein þeirra leiða sem fyrirtæki nota til að skapa slíka hindrun og getur því í raun verið skaðlegt fyrir neytendur þegar fram í sækir.

Vissulega var ástæða til að kætast yfir því að fá mjólkurpottinn gefins í nokkra daga, en öllum er ljóst að slíkt er skammgóður vermir fyrir buddu neytenda. Matvara er einn stærsti útgjaldaliðurinn á flestum heimilum og hafa sveiflur í matvöruverði mikil áhrif á vísitölu neysluverðs sem notuð er til að mæla verðbólgu í landinu. Sveiflur í matvöruverði hafa því ekki einungis áhrif á reikninginn í matarbúðinni heldur einnig á allar verðtryggðar skuldir heimilanna.

