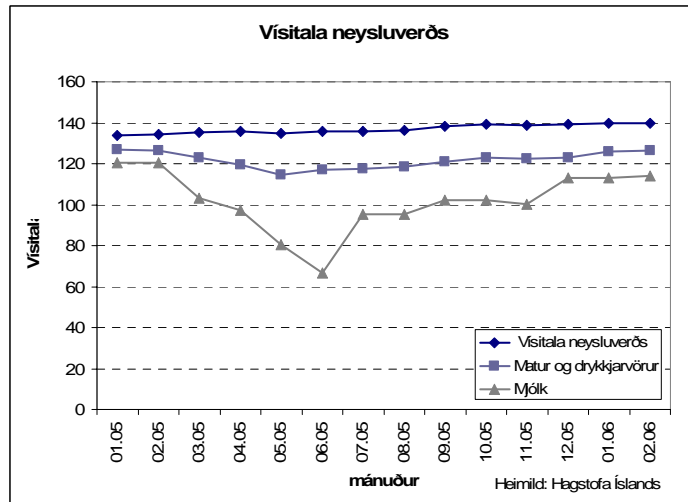


Skilyrði á matvörumarkaði árið 2005

Rammagrein til birtingar í ársskýrslu MS fyrir árið 2005

Í lok febrúarmánaðar síðasta árs skall á sannkallað verðstríð á milli lágvöruverðsverslana á dagvörumarkaði. Upphafið má rekja til yfirlýsingar Krónunnar frá 26. febrúar um stórfelda verðlækkun á fjölmörgum vörutegundum, sem tók gildi samdægurs, og fyrirheit um virkari samkeppni á matvörumarkaði.¹ Næstu daga á eftir lækkuðu verð hratt bæði í verslunum Krónunnar og Bónus, sem fram að þessum tíma hafði haft nokkuð skýra yfirburði á sviði lágvöruverðsverslunar. Fáeinum dögum síðar blönduðu verslunarkeðjurnar Kaskó og Nettó, sem báðar eru reknar af Samkaupum, sér í hið nýbyrjaða verðstríð.²

Þó svo að verðstríðið hafi fyrst og fremst verið á milli lágvöruverðsverslana sést þess glöggt merki í verðmælingum Hagstofu Íslands, sem taka til allra tegunda verslana. Á myndinni hér til hliðar sést að verðvísitala matar og drykkjarvöru, lækkaði jafnt og þétt mánuðina mars, apríl og maí. Frá febrúar til maí lækkaði verð að meðaltali um 9,3% en hefur síðan hægt og bítandi hækkað á ný. Verðlækkunin var mun meiri í lágvöruverðsverslunum.



Í febrúar 2006 mældist verðlag í þessum vöruflokki því sem næst jafnhátt og það var í sama mánuði árið áður – áður en verðstríðið hófst.

Mjólkinn var eitt beittasta vopnið í verðstríðinu, þegar verslanir kepptust við að bjóða helstu vörutegundir á lægra verði en keppinautarnir. Aðeins fáeinum dögum eftir að verðstríðið hófst var verð á mjólkurlítranum víða komið niður í eina krónu. Þó svo að slíkt gjafverð hafi ekki varað lengi lækkaði meðalsmásoilverð á mjólk jafnt og þétt frá því í febrúar og fram í júní, samtals um 45%.

Sala á mjólk afar jöfn yfir árið. Meðalsala á viku var 795 þúsund lítrar árið 2005 og staðalfráviknið aðeins 55 þúsund lítrar. Meðalsalan frá mars til ágúst í fyrra, eða þegar verðstríðið stóð sem hæst, var ekki marktækt frábrugðin sölu í meðalviku. Aukna sölu á mjólk mátti þó greina fyrstu tvær vikur verðstríðsins, en sú aukning gekk að mestu til baka vikurnar á eftir. Matur og drykkjarvara er almennt talin bera lága verðteygni. Það þýðir að eftirspurn bregst mjög takmarkað við verðbreytingum. Margt bendir til að mjólk sé jafnvel enn óteygari en matvæli almennt og þróun síðasta árs er skýr vísbending um það. Þessi eiginleiki, ásamt þeirri staðreynda að mjólk er í einhverjum mæli liður á innkaupalistum flestra heimila, skýrir að miklu leyti hvers vegna mjólk var svo áberandi í

¹ Morgunblaðið, Laugardaginn 26. febrúar 2005, “Vilja koma á virkari samkeppni á matvörumarkaði.”

² Samanber verðkönnun Morgunblaðsins frá 4. mars 2005.

verðstríðinu. Flest heimili þurfa á mjólk að halda og ólíklegt er að eftirspurn eftir mjólk aukist að neinu marki þó svo verð hennar lækki.

Þó svo óhætt sé að fullyrða verðstríðinu 2005 sé formlega lokið er ekki þar með sagt að aðstæður á dagvörumarkaði séu aftur þær sömu og áður. Ljóst er að fleiri verslunarkeðjur gera tilkall til lágvöruverðsnafnbótarinnar en áður og að hlutdeild slíkra verslana í heildarverslun hefur aukist nokkuð frá fyrri árum. Allar líkur eru því á að meiri samkeppni muni ríkja á þessum markaði í nánustu framtíð en raunin var fyrir verðstríðið.

Jón Þór Sturluson
forstöðumaður Rannsóknaseturs verslunarinnar,
Viðskiptaháskólanum á Bifröst.