

Grein í Markaðnum, fylgiriti Fréttablaðsins

Íslensk verslun eftir bankahrun

Það verður ekki sagt að á Íslandi sé blómleg verslun um þessar mundir. Öll línurit sem áður sýndu brattan vöxt í greininni hafa nú tekið öfuga stefnu – með beinu striki niðurávið. Verslunarrekstur er vandasamur við þær aðstæður sem nú ríkja og um leið er það áskorun um að finna nýjar leiðir og ný sóknarfæri. Vöruverð hefur hækkað sem aldrei fyrr vegna veikrar stöðu krónunnar og vextir sliga bæði fyrirtæki og fjölskyldur. Afleiðingin er mikill samdráttur í einkaneyslu og breytt neyslumynstur. Því er nauðsynlegt fyrir verslunareigendur að huga að sveigjanleika og nýsköpun og stjórnvöld geta stuðlað að bættu rekstrarumhverfi til hagsbóta fyrir fólk og fyrirtæki.

Ýmsar algengar neysluvörur hafa hækkað um 30% á einu ári og kaupmáttur rýrnað um næstum 10%. Afleiðingin er sú að sérvöruverslun eins og húsgagnaverslun og raftækjaverslun hefur dregist saman um 50% á einu ári. Matvöruverslun, sem venjulega er ónæmari fyrir sveiflum í efnahagslífinu, hefur ekki áður orðið fyrir eins miklum samdrætti á einu ári eða um næstum 17% á föstu verðlagi. Fleiri þættir hafa áhrif á erfiða afkomu verslunar. Algengt er að innlendir bankavextir á skammtímalánum fyrirtækja séu um 22%, rekstraraðilar segja algennt að leiga og rekstrarkostnaður verslunarhúsnæðis hafi hækkað um allt að 20% á einu ári og hefur að sögn meiri áhrif á rekstrarkostnað en laun til starfsmanna.

Staðgreiðsla og tímabundnir afsláttasamningar

Nú er af sem áður var að verslanir í innflutningi geti varið sig gegn óvæntum verðhækkunum vegna gengisbreytinga með því að gera framvirka gjaldeyrissamninga við viðskiptabanka sína. Slíkt er óhugsandi í dag. Algengara er að verslanir staðgreiði vörur sem þær flytja inn, geri tímabundna afsláttasamninga við erlenda birgja eða komi sér upp sveiflusjóði til að jafna verð þegar óvæntar dýfur verða á gengi krónunnar. Þannig eru dæmi um að dagvöruverslanir leitist við að halda óbreyttu útsöluverði þó gengisáhrif valdi allt að 5% hækkun á innkaupaverði. Þá hafa verslanir dregið úr þjónustu og endurnýjað vöruúrval í takt við breytingar á neyslumynstri, aðallega með því að auka framboð af ódýrari vörum.

Gengisáhrif á vöruverð eru mun meiri hér en í nágrennalöndum okkar. Þannig hefur neysluverð á matvöru hér á landi hækkað um næstum 30% á einu ári á meðan það hefur hækkað að jafnaði um 5% á hinum Norðurlöndunum. Þessar miklu hækkunir hérlendis má rekja til veikingar krónunnar og líklegt má telja að gengisáhrifin ættu að hafa valdið enn meiri veðhækkunum ef verslunin hefði ekki að einhverju leyti tekið á sig hækkunir eða náð hagstæðari samningum við framleiðendur og birgja. Við þessar aðstæður minnkar framlegð í verslun og leiðir til þess að verslunum fækkar, eins og vísbendingar eru um í tölum Hagstofunnar yfir aukinn fjölda gjaldþrota smásöluverslana. Þá má gera ráð fyrir því að fleiri verslanir sameinist, breyti vöru- og þjónustuframboði sínu eða flytji starfsemina í ódýrara húsnæði.

Breytt neysluhegðun

Verslun snýst samt ekki bara um krónur og aura. Verslun snýst ekki síður um fólk, væntingar þess og viðhorf. Þess vegna er mikilvægt að verslunareigendur hlusti eftir óskum neytenda og fylgist með breytingum í neyslu. Með efnahagskreppunni sem herjar draga neytendur ekki

bara saman seglin heldur verða einnig til ný gildi og viðhorf sem hafa áhrif á neyslumynstrið. Nýi lífsstíllinn felst í meiri hagsýni og samfélagsvitund. Til dæmis má ætla að með vorinu ferðist fleiri á reiðhjólum en áður, menn fara að rækta grænmeti á svölum og í gördum, þrjóna peysur í sumarfríinu, velja vistvænar vörur og íslenska hönnun. Þá munu landsmenn ferðast innanlands í sumar og taka svo slátur í haust. Allt þrjál og óþarfa munaður er á undanhaldi – alla vega tímabundið. Þessu geta verslanir brugðist við með nýsköpun. Hún getur falist í nýrri vörusamsetningu, nýjum verslunarmáta eða algerlega nýjum vörum.

Stjórnvaldsaðgerðir

Í rannsókn sem Rannsóknasetur verslunarinnar gerði á síðasta ári um *Áhrif fjölmyntavæðingar á vöruviðskipti* kom í ljós að æ algengara er að fyrirtæki reyni að tengja verðlagningu við gengi evru til að minnka gengisáhættu. Þetta leiðir til þess að fyrirtækin leitast við að taka upp annan og stöðugri gjaldmiðil hér á landi. Þessu þyrftu stjórnvöld að gefa betri gaum.

Rétt er að minna einnig á í þessu samhengi að stjórnvöld geta auðveldlega létt birgðar á fjölskyldum landsins, eftl innlenda verslun og lagt grunn að bættum markaðsaðgangi fyrir íslenskar vörur erlendis, allt í senn, með því einu að heimila frjálsta verslun með landbúnaðarvörur. Með núverandi fyrirkomulagi þurfa íslenskir neytendur að greiða of hátt verð fyrir vernd búvörukerfisins. Með afnámi tolla á landbúnaðarvörur áætla Hagstofan að matarverð lækki um 15,6% sem leiði til þess að vísitala neysluverðs lækki um 2,2%. Þetta er meðal niðurstaðna í skýrslu formanns matvælavérðsnefndar, sem ríkisstjórnin skipaði og kynnti niðurstöður árið 2006. Þó matvælavérð lækki þarf það ekki að leiða til hruns íslensks landbúnaðar. Íslendingar munu áfram velja íslenskt ket, smér og skyr þó hægt verði að kaupa ódýrar innfluttar kjúklingabringur.

Höfundur:

Emil B. Karlsson, forstöðumaður Rannsóknaseturs verslunarinnar við Háskólann á Bifröst