

Svar

viðskiptaráðherra við fyrirspurn Rannveigar Guðmundsdóttur um matvöruverð.

1. *Hefur verið kannað í ráðuneytinu að hvaða marki verð innfluttrar matvöru til neytenda hefur lækkað með hækkunni á gengi krónunnar?*

Viðskiptaráðuneytinu er kunnugt um að Alþýðusamband Íslands og Neytendasamtökin hafa birt samanburð á þróun gengis og verðlags nokkurra flokka neysluvara, þar með talið matvara. Hins vegar hefur ráðuneytið ekki framkvæmt könnun á áhrifum hækkunar gengis krónunnar síðustu missiri á verð innfluttrar matvöru.

Í greinargerð ASÍ frá 24. janúar 2005 segir m.a.: „Vísitala á innfluttum mat- og drykkjarvörum hefur fylgt nokkuð vel eftir þróun gengisvísitölunnar. Mikil hækkun varð á þessum lið samfara gengislækkuninni frá janúar 2000 til janúar 2002, þegar vísitalan hækkaði um tæp 27%, en upp úr því tók hún að lækka, lækkaði um 12,6% á árinu 2002, og hefur síðan verið nokkuð stöðug og lækkaði um 0,9% frá desember 2003 til desember 2004.“

Í frétt Neytendasamtakanna frá 22. mars 2005 segir m.a.: „Strax í byrjun árs 2002 tók krónan að styrkjast og hefur aldrei verið jafn sterk og nú. Eins og sjá má í töflu 1 hefur dollarinn lækkað um rúm 42% á tímabilinu desember 2001 til febrúar 2005, evran um 15,5% og gengisvísitalan um rúm 25%. Á sama tímabili hefur verð á innfluttum mat- og drykkjarvörum aðeins lækkað um 10,5%.“

Þessi tvö dæmi sýna glögg að niðurstaða slíks samanburðar er mjög háð því hvaða tímabil eru valin og við hvaða gjaldmiðla er miðað. Ráðuneytið tekur ekki afstöðu til framangreindra úttekta og telur að ítarlegri rannsókn þurfi til að varpa skýru ljósi á efni spurningarinnar en það hefur tök á að svo stöddu. Í þessu samhengi bendir ráðuneytið á að verð á innfluttum vörum er ekki nema að hluta til tengt gengisþróun og ræðst það meðal annars af hlutdeild og þróun innlands kostnaðar í heildarvöruverði. Ýmsar ástæður má hér nefna, svo sem þróun launakostnaðar og tímasetningar kjarasamninga, umfang birgða og notkun gengisvarna við innkaup.

Alþjóðlegar rannsóknir sýna að útflytjendur eru tregir til að breyta útflutningsverði í takt við þróun gengis í innflutningslandi. Tvær kenningar eru helst nefndar til skýringar, þ.e. að gengislækkun sé ekki mætt með verðhækkun að fullu í því skyni að auka markaðshlutdeild – og öfugt í tilfelli gengishækkunar – og að kostnaður við að breyta verði leiði til þess litlar gengisbreytingar endurspeglar ekki í verðlagi.

2. *Hvernig er eftirliti með slíkum breytingum háttáð og því að gengisbreytingar skili sér til neytenda þegar gengi krónunnar hækkar?*

Markmið samkeppnislaga er að efla virka samkeppni í viðskiptum. Með aðgerðum sínum við að ná þessu markmiði laganna reyna samkeppnisyfirvöld að stuðla að sem lægstu verði fyrir neytendur. Samkeppnisstofnun gerir reglulega verðkannanir í því skyni að efla verðskyn neytenda og auka þrýsting á samkeppni. Þess er vænst að virk samkeppni leiði til þess að verð á vöru og þjónustu til neytenda sé sem lægst. Ef lækkandi kostnaðarverð á innfluttri vöru kemur ekki fram í lækkunni verði til neytenda getur það verið vísbending um ónóga

samkeppni. Samkvæmt upplýsingum Samkeppnisstofnunar hefur stofnunin ekki rannsakað hvort breytingar á gengi krónunnar hafa endurspeglast í smásöluverði innfluttrar vöru.

Ekkert opinbert verðlagseftirlit er starfrækt hér á landi og því er ekkert opinbert eftirlit með því að breytingar á söluverði innfluttra vara endurspegli gengisþróun íslensku krónunnar. Að einhverju marki má þó lesa þessa þróun út úr breytingum á einstökum liðum í vísitölu neysluverðs sem Hagstofa Íslands mælir.

3. Er ástæða til að kanna hvers vegna kaffi, te og kakó er mun dýrara hér en annars staðar?

Samkvæmt upplýsingum Samkeppnisstofnunar gerði stofnunin samanburð á verði matvöru hér á landi og erlendis haustið 2000. Sá samanburður sem þá var gerður og miðaðist við nokkrar borgir á Norðurlöndum birtist í skýrslu stofnunarinnar um matvörumarkaðinn vorið 2001. Samanburðurinn sýndi að matvöruverð í Reykjavík var almennt allnokkru hærra en í samanburðarborgunum. Kaffi, te og kakó skar sig ekki úr í þeim samanburði. Var verð á te reyndar svipað þá í hinum erlendu borgum og það var í Reykjavík. Niðurstaðan gaf ekki sérstakt tilefni til að rannsaka verðmyndun á kaffi, te og kakói.

4. Hefur verið skoðað hvort fákeppni á matvörumarkaði hefur áhrif á vöruverð, sbr. það álit Samkeppnisstofnunar, sem fram kemur í skýrslu 2001, að skýra megi hækkandi verslunarálagningu með minnkandi samkeppni?

Samkvæmt upplýsingum Samkeppnisstofnunar hefur ekki farið fram sérstök almenn athugun á íslenska matvörumarkaðnum frá því framangreind skýrsla var samin. Hins vegar stendur nú yfir rannsókn sem samkeppnisyfirvöld alls staðar á Norðurlöndum taka þátt í. Markmiðið með henni er að leiða í ljós ástæður þess að matvöruverð er almennt hærra á Norðurlöndum en í öðrum löndum hins Evrópska efnahagssvæðis. Er stefnt að því að niðurstöður úr rannsókninni geti legið fyrir næsta haust.

Í þessu samhengi vill ráðuneytið benda á að undanfarið hefur geisað mikið verðstríð hjá verslunum á íslenska matvörumarkaðnum, einkum á milli stórra verslunarkeðja. Slíkt verðstríð gefur vissulega vísbendingar um virka samkeppni. Hins vegar kunna hugsanleg langtímaáhrif slíks verðstríðs að valda áhyggjum um stöðu smærri verslana sem borið hafa sig aumlega yfir meintri undirverðlagningu stórverslanakeðja. Möguleg gjaldþrot veikari aðila á þessum markaði geta hugsanlega ýtt undir frekari samþjöppun á matvörumarkaði.