

Páskakönnun ASÍ

I. Samantekt

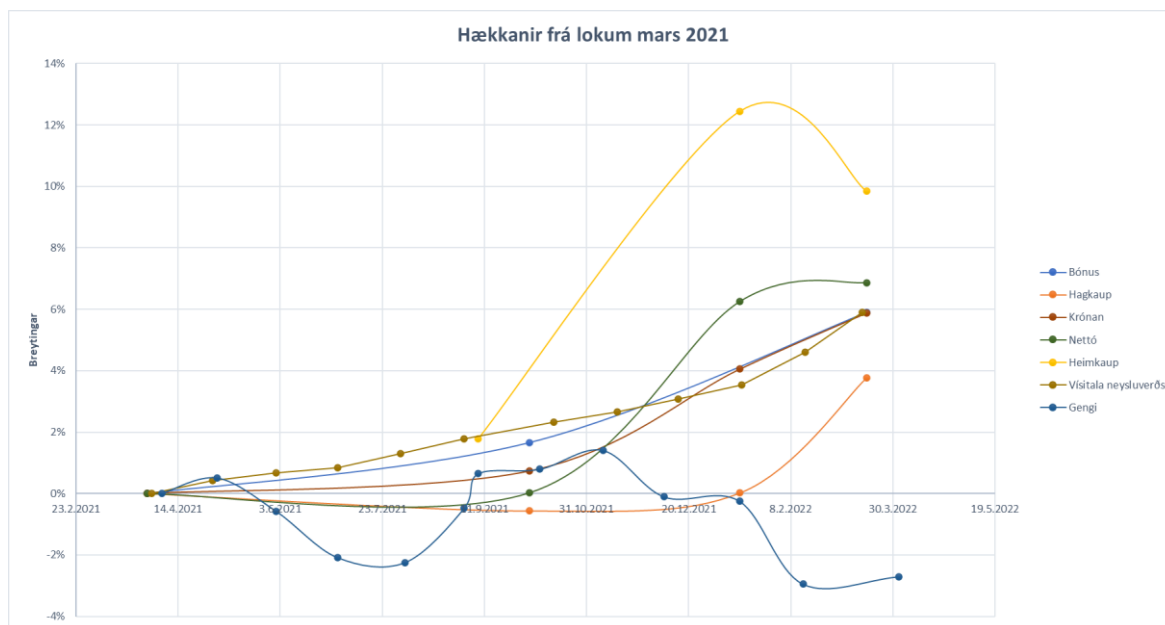
Verð á matarkörfu fjögurra manna fjölskyldu hefur hækkaði um 1,5 prósent á milli mánaða. Hækkun körfunnar sl. 6 mánuði er 6,5 prósent sem er meira en 3 prósent hærri en breyting á vísitölu neysluverðs á sama tímabili. Óvissa við mælinguna er 2,5 prósent sem er tilkomin vegna flökts á matvörumarkaði undanfarnar vikur.

II. Körfukönnun

Eftirfarandi breytingar höfðu orðið á körfu¹ frá því í september sl.:

	<i>breyting á körfu</i>	<i>óvissa (+/-)</i>
Hagkaup	4,5%	2%
Bónus	6,7%	óvíst
Krónan	6,7%	3%
Heimkaup	8,9%	7%
Nettó	6,7%	3%

Vegin meðalhækkun vörukörfunnar er 6,5 prósent og óvissan 2,5 prósent eins og áður segir. Á þessu hálfu ári hefur vísitala neysluverðs hækkað um 4,1% prósent. Þetta sést á myndinni hér fyrir neðan.



Matvara hefur því hækkað svipað og vísitala neysluverðs undanfarið ár. Hún hækkaði hins vegar lítið frá mars lokum og fram í september 2021 (um 1%).

¹ Veritabus hefur valið körfu úr verðkönnunum ASÍ í mars 2021, september 2021 og mars 2022 sem á að enduspegla helgarinnkaup fjögurra manna fjölskyldu.

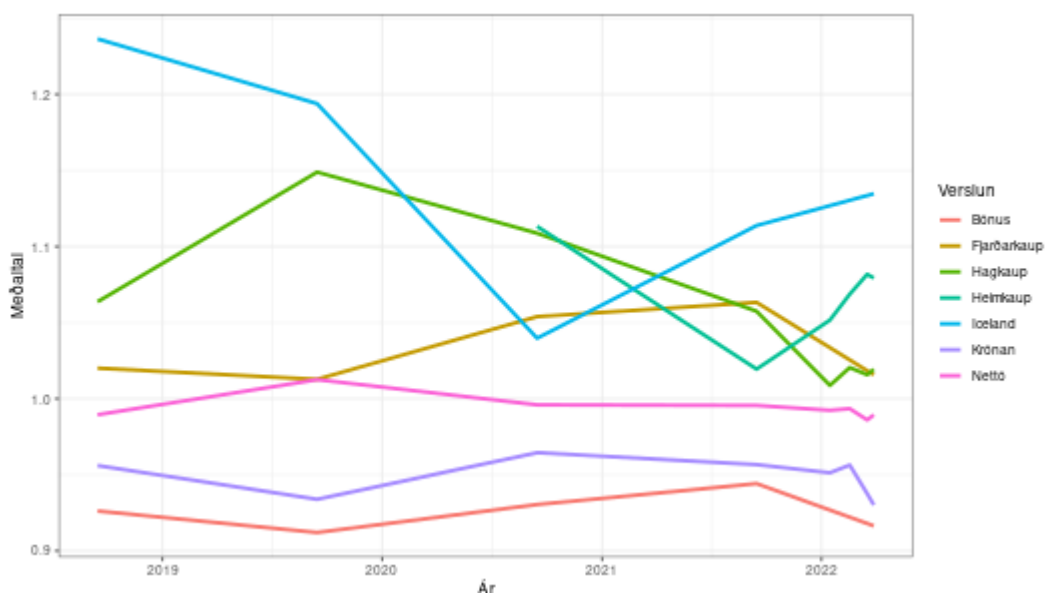
Hækkunin er 1,5 prósent frá því í febrúar sem er talsvert meira en sú hækkun sem Hagstofan mældi í mars.

III. Vísitölur einstakra verslana

Á grunni könnunar ASÍ voru reiknaðar vísitölur fyrir vöruverð í einstökum verslunum. Þróun innbyrðis vísitalna einstakra verslana er sýnd hér að neðan:

	<i>miðgildi</i>	<i>meðaltal</i>
Bónus	94.0%	91.4%
Krónan	96.6%	93.0%
Hagkaup	100.3%	101.9%
Nettó	100.0%	98.9%
Fjarðarkaup	100.0%	101.6%
Iceland	110.2%	113.4%
Kjörbúðin	103.4%	107.2%
Heimkaup	101.7%	107.9%

Eins og sjá má á myndinni hér að neðan hefur bilið verið að minnka á milli verslana og virðist samkeppni vera að aukast frá árinu 2019. Einkanlega hafa Hagkaup og svo síðar Fjarðarkaup verið að lækka verð sitt.



IV. Vöruskortur

Talsvert var um vöruskort í könnuninni. Að meðaltali vantaði um 14% af þeim vörum sem ASÍ var að mæla og endurspeglar þetta fyrst og fremst mismunandi áherslur í vöruvali. Bónus skar sig úr og vantaði 35 af þeim vörum sem könnunin náði til. Þar vantaði nokkrar lykilverur svo sem : Myllu heimilsbrauð, Heilan frosinn kjúkling, frosið lambalæri, Nesbú hamingjuegg, mjólkurkex frá Frón og græn vínber. Yfirlit yfir vöruskortinn má sjá hér að neðan í töflunni:

	Bónus	Krónan	Hagkaup	Nettó	Fjarðarkaup	Iceland	Kjörbúðin	Heimkaup
Fjöldi vara	130	150	146	148	152	134	135	142
Fjöldi í könnun	165	165	165	165	165	165	165	165
Vöruvöntun	21%	9%	12%	10%	8%	19%	18%	14%

Könnun í Bónus var gerð á Selfossi svo ekki er víst að hún endurspegli vöruúrval í öllum verslunum Bónus.

V. Páskaegg hafa lækkað í verði

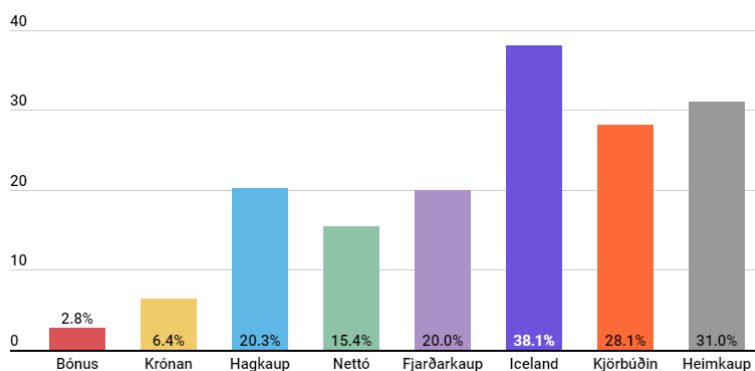
ASÍ kannaði verð á páskaeggjum. Alls var verð skoðað á 15 eggjum sem voru einnig í sölu á síðasta ári. Í könnuninni kemur fram að flestar verslanir hafa að meðaltali lækkað verð á páskaeggjum. Breytingin er mismunandi eftir verslunum:

Bónus	Krónan	Heimkaup	Iceland	Hagkaup	Nettó	Fjarðarkaup	Kjörbúðin
-4%	-5%	6%	14%	-13%	-6%	-6%	-4%

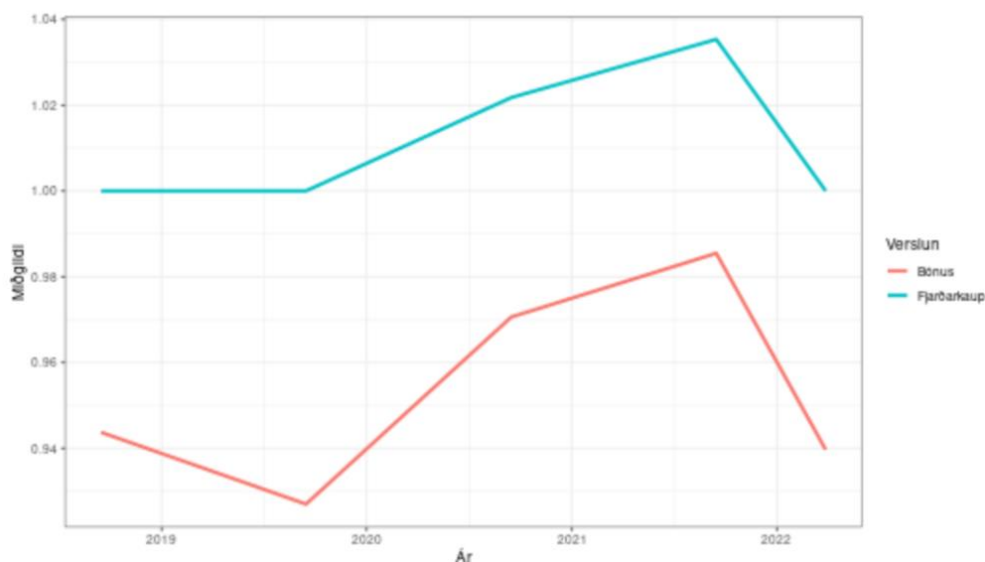
Eins og sjá má hefur verðið lækkað mest í Hagkaup miðað við síðustu páska. Vegið meðalverð hefur lækkað um 3-4%.

VI. Athugasemdir

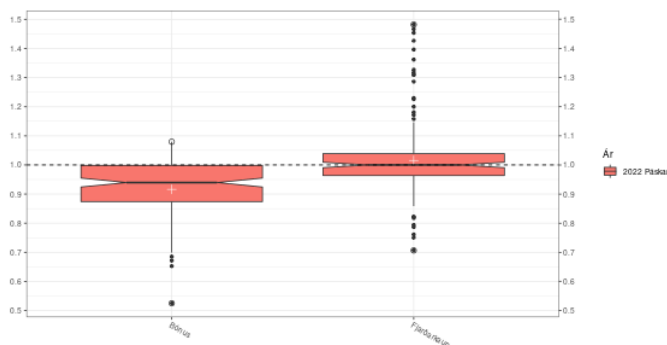
Í skýringum með könnun ASÍ er höfuðáhersla lögð á mismun á hæsta og lægsta vöruverði. Þessi aðferð mælir ekki raunverulegan verðmun á milli verslana. Gefin er upp eftirfarandi tafla:



Þessi tafla er villandi. Neytandi sem les úr henni gæti þannig haldið að mismunur á verði í Fjarðarkaupum og Bónus væri almennt $(20,0-2,8) = 17,2\%$. Þetta er fjarri sanni. Hið rétta er að mismunurinn er um 6% - 7,5% og hefur verið það meira eða minna í öllum verðkönnunum Así sl. 3 ár eins og meðfylgjandi mynd sýnir:



Til að skilja þetta betur er gott að gaumgæfa meðfylgjandi kassarit fyrir könnunina:



Myndin sýnir að munurinn á miðgildinum er um 6% og meðaltölunum um 7,5%. Munurinn á mælingunum stafar af því að töluvert flókt er í verðlagningu Fjarðarkaupa. Mælikvarðinn sem Así notar við túlkun getur þannig ríflega tvöfaldað þann mismun sem raunverulega er á milli miðgildis- og meðalverðs í verslunum.

VII. Vörukörfur

Veritabus birtir mánaðarlegar breytingar á hefðbundinni vörukörfu sem byggir á merkjavörum. Ekki er þó gerður greinarmunur á skyldum vörum svo sem Andrax og Lamba klósettpappír. Unnið er að þróun annarrar vörukörfu sem byggja mun á ódýrasta kosti í hverjum vöruflokki. Vonir standa til að unnt verði að byrja að nota þessa körfu í haust.

VIII. Um Veritabus og verðkönnunina

Veritabus er systurfélag Arev verðbréfafyrirtækis. Allar verðkannanir Veritabus auk annarra opinberra verðkannana er að finna á vef Veritabus fyrir áskrifendur.

Verðkönnun ASÍ kannaði verð á 165 vöruliðum. Af þeim voru 30 páskaegg. Um helmingur þeirra var einnig í könnun ASÍ fyrir ári.