



**Norges  
Handelshøyskole**

<http://www.nhh.no/sam/debatt/>

**Institutt for  
samfunnsøkonomi**

Helleveien 30  
5045 Bergen

**SAMFUNNSØKONOMISK  
DEBATT  
SØD-2/11**

ISSN: 1502-5683  
2011

## **Misforstått matmakt**

av

Lars Sjørgard

Publisert i: *Dagens Næringsliv* 20.4.2011

Synspunkter og konklusjoner som fremkommer er forfatterens egne.

## **SKRIFTSERIEN - SAMFUNNSØKONOMISK DEBATT**

Skriftserien Samfunnsøkonomisk Debatt utgjør et supplement til den tradisjonelle "reprint" serien ved Institutt for Samfunnsøkonomi ved NHH. Mens reprint serien omfatter publiserte artikler i internasjonale vitenskapelige tidsskrifter, er Samfunnsøkonomisk Debatt primært rettet mot mindre omfattende og mer debattorienterte bidrag. Bidragene omfatter eksempelvis artikler fra norske fagtidsskrifter, kronikker og debattinnlegg med faglig forankring samt foredrag og temaforelesninger i fulltekst.

Matkjedeutvalget bommer grovt når de skal definere problemene forbundet med markedsrett, og tiltakene de foreslår vil av den grunn ikke gavne forbrukerne, skriver professor **Lars Sjørgard** ved Norges Handelshøyskole.

# Misforstått matmakt

## INNLEGG Matmakt

Rapporten «mat, makt og avmakt» presenterer mange interessante opplysninger om matmarkedet i Norge. Rapportens metodiske drøfting av maktforholdene som sådan i denne sektoren er imidlertid et svært dårlig utgangspunkt for å utforme velegnede tiltak som kan bedre forbrukernes kår.

Utvalget har i sin rapport definert en såkalt maktanalytisk tilnærming, og det er lagt til grunn for vurderingen av styrkeforholdene i verdikjeden for mat. Dessverre fører dette til at utvalget kommer helt skjevt ut fra hoppkanten. En teori for makt som er utviklet for å analysere politisk makt er blitt anvendt til å si noe om markedsrett. Problemet er at dette begrepet overser vesentlige momentene knyttet til markedsrett, som jo tross alt er det en er opptatt av i denne sammenheng. I stedet bruker en begreper som regimakt og idérett, og skaper det inntrykk at makt og maktkonsentrasjon som sådan er problematisk.



**VIKTIG.** Lars Sjørgard mener kjedene gjennom press på grossist- og leverandørledd har utløst viktige og riktige omstillinger.

**Visst har de oppnådd makt, men maktutøvelsen har presset frem gunstige omstillinger og lavere priser fra leverandører til kjeder!**

Ett eksempel kan illustrere problemet med utvalgets tilnærming. Ved drøfting av markedsrett i tradisjonell forstand vil en skille klart mellom kjøpermakt og selgermakt. Selgermakt er vi alle enige om at i de fleste tilfeller er problematisk. Når en bedrift får monopol overfor kundene vil det ventelig føre til økte priser. Men dersom en betrakter kjøpermakt er bildet i svært mange tilfeller motsatt. En kjøper kan utløse konkurranse mellom selgerne, da de

tvinges til å senke sine priser og på andre måter forbedre sitt tilbud for å bli attraktive for kjøperen. Makt kan følgelig benyttes til å tvinge noen til å konkurrere og dermed bidra til lavere priser og mer attraktive produkter. I utvalgets definisjon av begrepet makt klarer det å snu alt dette på hodet, og kjøpermakt fremstilles som noe entydig negativt.

Med et slikt utgangspunkt mister utvalget av syne de gunstige effektene av maktskyvningen i norsk dagligvaresektor. Kjedenes inntog fra midten av 80-tallet var et sjokk for leverandørene, da de plutselig ble presset til å konkurrere. Kjeder som Rema 1000, som var tidlig ute med å utnytte sin kjøpermakt, bidro til å presse innkjøpspris ned mot leverandørenes kostnader. Det er ingen tvil om at kjedene gjennom sitt press på grossist- og leverandørledd har utløst viktige og riktige omstillinger i denne sektoren. Visst har de oppnådd makt, men maktutøvelsen har presset frem gunstige omstillinger og lavere priser fra leverandører til kjeder!

Sett i et slikt lys blir en del av tiltakene fra utvalget i beste fall



**■ PRESS.** En kjøper kan utløse konkurranse mellom selgerne, da de tvinges til å senke sine priser og på andre måter forbedre sitt tilbud for å bli attraktive for kjøperen, skriver artikkelforfatteren. Foto: Anniken C. Mohr

lite treffsikre. Inntrykket er at det er kjedenes makt som er problemet, så de må fratas makt slik at leverandørene kan gjenvinne noe av sin makt. Mer makt til leverandørene vil selvsagt innebære at de får makt til å tilegne seg en større andel av fortjenesten, hvilket skjer ved at leverandørene setter høyere priser på sine leveranser til kjedene.

Dette antyder at en bør være varsom med å tukle med kjøpermakten, da den bidrar til å lave priser forplanter seg nedover i kjeden. Hvis en samtidig iverksetter tiltak som bidrar til at kjedene konkurrerer hardt (minst mulig selgermakt), vil en kunne sikre at gevinstene i siste omgang kommer forbrukerne til gode.

## Høytlager og kontor til leie



### STANSEVEIEN 20, OSLO NORD

UTLEIE

- 3.341 kvm BTA lager/1.200 kvm BTA kontor.
- Eiendommen ligger på Kaldbakken i et veletablert og næringsvennlig industriområde.
- Arealene kan deles.
- Kontorarealene er nylig totalrehabilitert, inkludert alle tekniske installasjoner.
- Reolsatt lager med fri takhøyde på 14 meter. Full kapasitet på lager tilsvarer ca. 6.000 palleplasser. 6 lasteramper med værsluse.
- Kantine med komplett storkjøkken. Garderobefasiliteter.
- Ca. 40 p-plasser.
- Fremtleier: Cargo Partner AS.

Visning etter avtale med megler.

Mer informasjon:

finn-kode: 27098045 eller [www.ne.no/30913](http://www.ne.no/30913)

Carl Fredrik Marti

MOB 4020 1200

carl.fredrik@colliers.no

Marianne Nielsen Landvik

MOB 2206 6288

mariannenl@colliers.no



Mandag  
KREDITTTirsdag  
LEDELSEOnsdag  
FINANSTorsdag  
ØKONOMIFredag  
STUDENTLørdag  
FORSKNING

Utvalgets forslag fører oss dessverre i feil retning ikke bare når det gjelder kjøpermakt, men også selgermakt. En prisportal kan være en dårlig idé. Tanken er at forbrukerne skal få informasjon, og det er i utgangspunktet en god idé. Problemet er at de som har størst interesse av å bruke prisportalen er kjedene selv. Det

gir kjedene en umiddelbar oversikt over sine rivaler, og dette kan bidra til at de vokter hverandre tett. Ingen tør å kutte priser, da de vet at de voktes tett av rivalene gjennom prisportalen og at dermed risikerer en umiddelbar respons fra rivalene. Selgermakten kan følgelig styrkes hvis det utveksles mer detaljert og fersk informasjon

mellom dem. Igjen et eksempel på et aspekt ved markedsrett som ikke fanges opp i utvalgets tilnærming til begrepet makt, og som leder utvalget til å foreslå noe som i siste omgang kan være skadelig for forbrukerne.

■ *Professor Lars Sørgard, Norges Handelshøyskole*

# Behov for mer konkurranse

## INNLEGG Matmakt

Nyslått konkurransedirektør Christine B. Meyer bekymrer seg for høye etableringsbarrierer i dagligvaremarkedet. Betyr det at Konkurransetilsynet vil begynne å ta forbrukerhensyn?

Forbrukerrådet stiller seg noe undrende til at tilsynet går i strupen på Matkjedeutvalgets rapport i stedet for å ta innover seg rapportens budskap: Dagligvaremarkedet fungerer ikke optimalt.

De siste økninger av butikkenes maktkonsentrasjon i dagligvaremarkedet har skjedd med Konkurransetilsynets velsignelse. Listen vitner om et bemerkelsesverdig storsinn fra tilsynets side:

■ Reitangruppen ønsket i 2008 å kjøpe opp Lidl. Konkurransetilsynet godkjente.

■ Coop ønsket i 2008 å kjøpe opp SmartClub. Konkurransetilsynet godkjente.

■ NorgesGruppen ønsket i 2007 å kjøpe opp Dragesetgruppen. Konkurransetilsynet godkjente.

Tilsynet har i sine avgrensninger vurdert lokale markeder – ikke virkningene på konkurransen nasjonalt eller i innkjøpsmarkedene. Kort sagt: Konkurransetilsynet har ikke brukt det handlingsrommet det har i regelverket til å stoppe oppkjøpene.

Den rundhåndede praksisen har gjort det vanskeligere for utenlandske aktører å etablere seg i Norge. Konkurransetilsynet har bidratt til å høyne, snarere enn å senke, etableringsbarrierene. De store har fått bli større. De få har fått bli færre. Og forbrukerne sitter



UNDRER. Randi Flesland undrer seg over at tilsynet går i strupen på Matkjedeutvalgets rapport i stedet for å ta innover seg rapportens budskap.



DN 14. april

igjen med en håndfull matgiganter og et dagligvaremarked som ikke utvikler seg optimalt, hverken med tanke på pris eller utvalg.

Meyer setter også spørsmålstegn ved Matkjedeutvalgets forslag om en dagligvareportal. Forbrukerrådet er enig med Konkurransetilsynet at det er viktig hvordan en matportal utformes. Vi vil derfor invitere Konkurransetilsynet til samarbeid om en slik portal.

■ *Randi Flesland, direktør Randi Flesland i Forbrukerrådet*

**FORSKNINGSSPALTEN.** →  
Se neste side

## Storhandelseiendom til leie



### MIDTVEIEN 5, MOSS/RYGGE

UTLEIE

- Følgende arealer er ledig for utleie: Ca. 2.900 m<sup>2</sup> BTA hall. Ca. 1.000 m<sup>2</sup> BTA kontor over 2 etasjer. Totalt 3.900 m<sup>2</sup> BTA. Deler av kontorene kan tilknyttes hall-arealet.
- Meget godt beliggende eiendom for storhandel. Eiendommen ligger i handelsområdet knyttet til Varnaveien/Høyden i Moss/Rygge.
- Store flater med god adkomst.
- God parkeringsdekning.
- Utleier: Furuholmen Eiendom AS.

Visning etter avtale med megler.

Mer informasjon: **finn-kode: 23885539**

Marianne N. Landvik

MOB 9226 3130

mariannenl@colliers.no

Ingar A. Andersen, Eiendom&Finans as

MOB 9322 8401

ingar@eiendomogfinans.no

Colliers Næringsmegling AS

Hegdehaugsveien 31, 0352 Oslo

Telefon 22 06 62 80

Faks 22 06 62 90

furuholmeneiendom



## **Utkommet i serien Samfunnsøkonomisk Debatt 2011**

**01/11** Mars, Kurt R. Brekke, Tor Helge Holmås og Odd Rune Straume, "Norge er blant de billigste landene i Europa", *Bergens Tidende* , 17.3.2011.

**02/11** April, Lars Sjørgard, "Misforstått matmakt", *Dagens Næringsliv*, 20.4.2011.