

# Caibidil a Cúig

## Struchtúr Thrádáil Earraí Grósaera na hÉireann

### 5.1 Réamhrá

Ach oiread le hathbheithnithe roimhe seo ar fheidhmiú Ordú um Earraí Grósaera a rinne an Coimisiún um Chleachtais Srianta, bhí sé an-deacair againn dóthain sonraí a fháil a bhí chun dáta a chuirfeadh ar a gcumas struchtúr thrádáil earraí grósaera na hÉireann a léiriú ar bhealach staitistiúil intaofa.

Ní fhoilsíonn an trádáil earraí grósaera figiúirí láimhdeachais ná glan-bhrabúis sonraithe, rud a chiallaíonn go mbíonn sé deacair an scair shainiúil den mhargadh a fháil i gcás oibreoirí aonair.

D'aithin an Comhchoiste Oireachtais ar Fhiontar & Gnólachtaí Beaga é sin i dTuarascáil Mhárta 2005 ar an Earnáil Grósaera nuair a d'éiligh siad trédhearcacht níos mó agus mhol siad go n-éileofaí ar chomhlachtaí san earnáil figiúirí láimhdeachais agus glan-bhrabús a fhoilsiú.

Tá figiúirí ar uimhreacha stórtha ar fáil, agus go deimhin mar atá treochtaí sna huimhreacha sin thar na mblianta ach is féidir leo, dar linn a bheith míthreorach, sa mhéid go mbíonn stórtha grósaera ar leith difriúil ó thaobh méid agus mar sin ó thaobh láimhdeachais, rud nach n-insíonn mórán dúinn faoi shaghas staitistiúil an mhargaidh.

Braithimid sa Chaibidil seo chun críche struchtúr an mhargaidh a imscrúdú ar fhiúirí scair den mhargadh a sholáthair an Comhchoiste Oireachtais ina dTuarascáil i Márta 2005 de bhrí go gcreidimid gur léiriú cruinn iad na figiúirí sin ar mar a sheasann cúrsaí faoi láthair.

### 5.2 Comparáid leis an Ríocht Aontaithe

Tá comparáidí déanta ag líon mór aighneachtaí a fuarthas mar chuid den phróiseas comhairliúcháin idir Éirinn agus an Ríocht Aontaithe. Tá tagairt déanta ag Musgraves agus ag go leor eile sa Ríocht Aontaithe, go bhfuil smacht ag ceithre stór iolrach ar *“more than 80%” of the retail food market.*

Tá anailís déanta againn ar chúrsaí sna margaí faoi seach, cé go bhfuil comparáid déanta againn i gcás margadh na hÉireann le figiúirí atá ar fáil i gcás na Breataine seachas an Ríocht Aontaithe.

Sa chás sin tá beartas comhchruinnithe margaidh úsáidte againn ar a dtugtar Cóimheas Comhchruinnithe Comhlachta a Ceathair (“4C”). Is céatadán é an ríomh simplí seo ar luach na ndíolachán iomlán atá san áireamh ag na ceithre chomhlacht is mó i dtionscal. I dtéarmaí ginearálta, is ionann sin agus an scair

den mhargadh atá ag na ceithre chomhlacht is mó i dtionscal. Ó thaobh seasamh struchtúr margaidh de, má bhíonn an 4C níos mó ná 60%, meastar an margadh olagarcach – is éard is olagarcacht go bunúsach ná margadh ar a bhfuil smacht ag cúpla imreoir mór.

Is mar seo a leanas atá na figiúirí ábhartha i gcás na hÉireann agus na Breataine:

**Tábla 1 Scair den Mhargadh – Éire & an RA<sup>1</sup>**

Éire	%	An Bhreatain	%
Tesco	25.0	Tesco	30.3
Dunnes Stores	22.0	Asda	16.4
Musgraves (SuperValu/Centra)	21.7	Sainburys	15.9
Superquinn	8.6	Morrisons	11.7
BWG (SPAR/Mace)	7.5	Somerfield	5.8
Marks & Spencer	1.9	Waitrose	3.7
Eile	13.3	Iceland	1.9
		Eile	14.3
<b>IOMLÁN</b>	<b>100.0</b>		<b>100.0</b>
<b>4C</b>	<b>77.3</b>		<b>74.3</b>

(Foinsí: [Ireland](#) – Tuarascáil Eatramhach Márta 2005 an Chomhchoiste Oireachtais ar Fhiontar agus Gnólachtaí Beaga maidir leis an Tionchar a bhíonn ag Iolraigh Grósaera ar na Margáí Grósaera agus Miondíola agus na hÉifeachtaí a bhíonn aige ar Thomhaltóirí, ar Mhiondíoltóirí Grósaera Beaga agus ar Mhion Soláthróirí Grósaera. [An Bhreatain](#) – TNS Till Role Data, Meitheamh 2005).

Taispeánann an tábla thuas go bhfuil an leibhéal comhchruinnithe sna margáí sin ard agus tugann sé le fios go bhféadfadh sé go bhfuil olagarcachtaí i bhfeidhm i ngach cás acu.

Is tomhas malartach agus níos sofaisticiúla ar chomhchruinniú margaidh é Innéacs Herfindahl-Hirschman (IHH). Úsáideann comhlachtaí rialála mar an tÚdarás Iomaíochta agus Roinn Dlí na SA an IHH go forleathan chun meastóireacht a dhéanamh ar an tionchar a bhíonn ag cumaisc agus ag éadálacha ar iomaíocht i margáí ábhartha.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Déanann an anailís seo comparáid ar mhargáí náisiúnta i gcás táirgí grósaera ionann agus dá mba earra aonchineálach amháin a bheadh i ngach táirge. Go deimhin, mar atá ráite againn áit éigin eile, tá tábhacht le sainmhíniú margadh ábhartha (cibé tíreolaíoch nó a mhalairt) ó thaobh saincheistanna a bhaineann le polasáí iomaíochta agus dlí iomaíochta a chinneadh.

<sup>2</sup> Úsáideann Roinn Dlí na SA an IHH chun margáí a rangú i dtrí chatagóir mar seo a leanas. Sa chás go mbíonn an IHH faoi 1000 meastar nach mbíonn an margadh comhchruinnithe; sa chás go mbíonn an IHH idir 1000 agus 1800 meastar an margadh a bheith beagán comhchruinnithe; agus sa chás go mbíonn an IHH níos mó ná 1800 meastar go mbíonn comhchruinniú ard ar an margadh.

Is ionann é an IHH agus suim chearnógach na scaireanna atá ag gach comhlacht i margadh agus meastar é go ginearálta mar thomhas níos fearr ar chomhchruinniú margaidh ná an 4C.

Mar sin féin, chun go n-éireodh leis an tástáil seo, tá sé riachtanach go mbeadh eolas ar an scair den mhargadh i ngach comhlacht i dtionscal. Níl an t-eolas sin ar fáil dúinn go háirithe i gcás Margadh na Breataine. Mar shampla, sa tábla thuas, tá scair den mhargadh comhbhailithe againn i gcás Musgraves (SuperValu & Centra). Chun ceann a chur i gcomparáid le ceann eile, bheadh orainn anailís a dhéanamh ar an gcatagóir "eile" sa Bhreatain agus mar a chéile an scair den mhargadh a chomhbhailiú i gcás grúpaí siombaile faoi chomh-úinéireacht.

In ainneoin sin, agus úsáid á bhaint as anailís IHH teoranta dealraíonn sé go bhfuil an dá mhargadh cosúil le chéile ó thaobh struchtúir. Más tada é, níl margadh na Breataine (le IHH measta faoi 1,700) chomh chomhchruinnithe le margadh na hÉireann áit a bhfuil an IHH os cionn 1,700. Tá an chuma air áfach, go dtitfeadh an dá mhargadh, isteach sa mheán-chatagóir comhchruinnithe.

### 5.3 Treochtaí ó thaobh Scair den Mhargadh in Éirinn

Nuair a d'fhoilsigh siad a dTuarascáil i 1987, thug an Coimisiún um Chleachtais Srianta le fios go raibh sé iolraigh ag feidhmiú i margadh na hÉireann. Ba shin iad Quinnsworth, Dunnes Stores, H. Williams, Superquinn, L&N agus Roches Stores. Ní raibh aon mheastacháin iontaofa de scaireanna den mhargadh ar fáil don Choimisiún ag an am ach tháinig siad ar an gconclúid gur dóigh go mbeadh an scair a bhí á sealbhú ag na hiolraigh sin idir 40% agus 50%.

Bheadh an scair den mhargadh a bheadh ag grúpaí ceannacháin a bheadh ann ag an am san áireamh sa chomhréir (thagair an Coimisiún do ADM/Londis agus SuperValue sa slí sin), ach ní cosúil gur mheas an Coimisiún go mba leor scair den mhargadh eagraíochtaí mar sin agus ní dearnadh aon iarracht cainníochtú a dhéanamh orthu.

Ar ndóigh, go gairid tar éis Tuarascáil 1987 a fhoilsiú, chuaigh H. Williams amach as gnó agus roinneadh an 33 stór a bhí acu agus thart ar 6% den mhargadh idir imreoirí a bhí cheana ann, agus shamhlófaí mar gheall air sin, go raibh comhchruinniú níos mó sa mhargadh.

Mar sin féin, ar an iomlán, tháinig meath ar líon na siopaí iolracha sa tír de bhrí gur dhún H. Williams síos agus ba é grúpa SuperValu is mó a bhain leas as sin, a bhain cúig cinn déag de na stórtha sin amach. Dar leis an gCoimisiún Cóir-Thrádála i 1991, bhí SuperValu, mar thoradh air sin, ina fhórsa níos suntasaí sa mhargadh ná mar a bhí H. Williams.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Tuarascáil 1991 an CCT ar an Athbhreithniú ar Ordú um Earraí Grósaera 1987, alt 2.78, Lth 22 & 23

**Tábla 2 Scair den Mhargadh 1990**

Quinnsworth	20.9%
Dunnes Stores	20.4%
Musgraves	14.2%
SPAR	4.6%
Superquinn	4.2%
Mace	2.8%
L&N	2.5%
Roches Stores	1.7%
Eile	28.7%

Má chuirimid an riail 4C i bhfeidhm i gcás na bhfigiúirí thuas faighimid comhchruinniú iomlán de 60.1% (i gcomparáid le 77.3% inniu). Anuas air sin, tá fás tagtha ar scair den mhargadh an dá iolrach is mó a bhí ann ag an am sin agus anois ó 41.1% go dtí 47%.

Thabharfadh feidhmiú teoranta ar an tástáil IHH le fios go raibh figiúr comhchruinnithe níos lú ná 1,200 ann i 1990 i gcomparáid le thart ar 1,700 nó níos mó inniu.

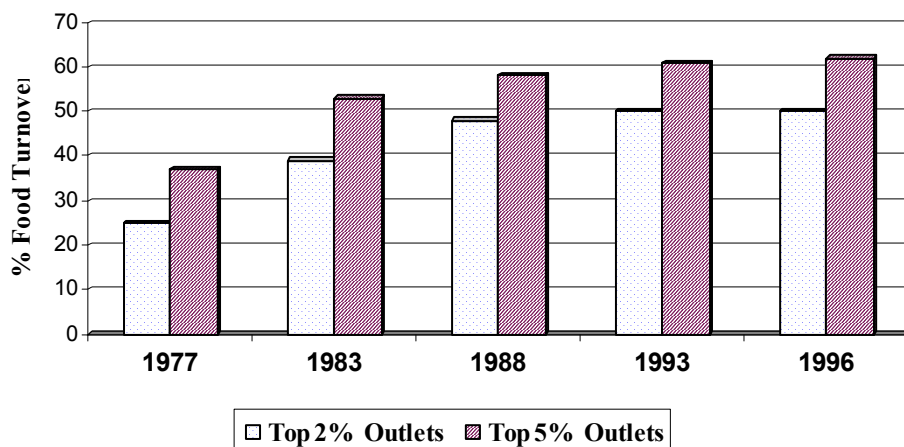
Tugann sé sin deis dúinn teacht ar an gconclúid go bhfuil an margadh grósaera, cé go bhféadfaí féachaint air mar olagarcacht i 1991, níos comhchruinnithe idir an dá linn – in ainneoin go raibh an tOrdú um Earraí Grósaera i bhfeidhm.

Tá an treocht sin le feiceáil go soiléir leis an anailís ar láimhdeachas sa ghnó bia miondíola mar a thugtar le fios i dTábla 3.<sup>4</sup>

**Tábla 3 Láimhdeachas Bia 1997 - 2002**

---

<sup>4</sup>Bunaithe ar anailís i "A Rationale for Repealing the 1987 Groceries Order" le Patrick Paul Walsh, Coláiste na Tríonóide Baile Átha Cliath agus Katholieke Universteit Leuven agus Ciara Whelan, London School of Economics and Katholieke Universteit Leuven - foilsithe i The Economic and Social Review, Imleabhar. 30, Uimh. 1, Eanáir, 1999, lth. 71-90



\*Tá 1998 agus 2002 bunaithe ar chomhairimh a rinneadh ar stórtha ach tá meastacháin de scaireanna an mhargaidh bunaithe ar an saghas ábhartha (láimhdeachas) ó thaobh Iolraigh, Siombailí agus Neamspleácha i 1996

Feicimid i 1977 go raibh díreach os cionn 20% den mhargadh ag an 2 faoin gcéad de na miondíoltóirí ba mhó, agus go raibh beagán os cionn 30 faoin gcéad den mhargadh ag 5 faoin gcéad de na miondíoltóirí ba mhó. I gcomparáid leis an struchtúr a bhí i bhfeidhm blianta roimhe sin, bhí comhchruinniú ard ag miondíolachán grósaera i 2002 leis an 2 faoin gcéad de na miondíoltóirí ba mhó ag tabhairt os cionn 50 faoin gcéad de dhíolacháin sa mhargadh leo, agus an 5 faoin gcéad de na miondíoltóirí ba mhó ag tabhairt os cionn 60 faoin gcéad leo den mhargadh.

## 5.4 Treochtaí ó thaobh Líon na Stórtha

Níl an méadú céimitheach sin ar chomhchruinniú á stiúradh díreach ag níos mó díolachán a bheith ag dul ar aghaidh i stórtha ach mar a léirítear i dTábla 4, feicimid freisin meath suntasach ar líon na stórtha ó 20,971 i 1966 go dtí 10,670 i 1988 agus 8,335 i 2002. Is léir thar am go bhfuil díolacháin grósaera níos comhchruinnithe i líon níos lú de stórtha níos mó.

**Tábla 4** Líon Stórtha 1966 - 2002

CINEÁL STÓIR	1966	1977	1983	1988	1991	1994	1996	1998	2000	2002
Grósaera	16968	11352	9213	7848	7087	6827	6231	5747	5280	5076
TSNs/bothanna	4003	2428	2357	2149	1864	1863	1942	1812	1717	1612
Garáistí siopa				673	1186	979	1282	1449	2121	1647
<b>IOMLÁN</b>	<b>20,971</b>	<b>13,780</b>	<b>11,570</b>	<b>10670</b>	<b>10137</b>	<b>9669</b>	<b>9455</b>	<b>9008</b>	<b>9118</b>	<b>8335</b>

Foinse: AC Nielsen<sup>5</sup>

Ina theannta sin, dealraíonn sé gur léiriú é an meath ar threocht a thosaigh sular tháinig éifeacht le hOrdú 1987 agus atá fós ag dul ar aghaidh sa lá atá inniu ann. Mar sin, níor chuir an tOrdú um Earraí Grósaera bac ar an meath atá ar líon na stórtha grósaera sa tír.

Mar sin féin, taispeánann an tábla thuas go bhfuil méadú scanrúil ar an líon miondíoltóirí garáiste (tharla an meath i 2002 mar gheall ar mhodheolaíocht – féach fonóta). Tugann sé sin le fios gur tháinig fás mór ar an earnáil áise sna blianta idir an dá linn agus gan amhras is léiriú é, i measc rudaí eile, ar an úsáid níos mó atáthar a bhaint as carranna.

Má dhéanaimid anailís ar na figiúirí de réir an chineál siopa faighimid na torthaí i dTábla 5:

**Tábla 5 Cineálacha Stórtha 1994 - 2002**

<b>Cineál Stóir</b>	<b>1994</b>	<b>1996</b>	<b>1998</b>	<b>2000</b>	<b>2002</b>
Iolraigh	160	149	157	155	161
Siombailí	1015	1084	959	975	955
Neamhspleácha	5652	4997	4631	4150	3970
TSNs	1863	1942	1812	1717	1602
Garáistí le Siopa Neamhspl	979	1282	1256	1872	1426
Garáistí le Grúpa Siombaile			193	249	221
<b>IOMLÁN</b>	<b>9669</b>	<b>9454</b>	<b>9008</b>	<b>9118</b>	<b>8335</b>

Foinse: AC Nielsen<sup>6</sup>

Taispeánann sé sin go bhfuil líon na siopaí iolracha fós sách seasmhach cé go bhfuil stór siombaile astu féin tite ó 1015 stór i 1994 go dtí 955 stór i 2002 – titim a deir AC Nielsen atá tarlaite mar gheall ar athrú i modheolaíocht agus in éagsúlacht samplaí i gceantair thuaithe.

In ainneoin sin, nuair a chuirtear siombailí a bhaineann le garáistí san áireamh, faighimid amach go bhfuil méadú thart ar 160 stór tagtha ar a líon go dtí 1,176 i 2002. Bunaithe ar cad a dúirt Nielsen faoin athrú i modheolaíocht, glacaimid go bhfuil an méadú féin níos mó ná an méid a thaispeántar sna figiúirí seo.

Idir an dá linn, cé go bhfuil meath tagtha ar stórtha neamhspleácha ó 5,652 stór i 1994 go dtí 3,970 stór i 2002, tháinig méadú an-suntasach ar líon na stórtha áise atá greamaithe de gharáistí - suas ó 979 go dtí 1426 stór. Arís,

<sup>5</sup> Tugann AC Nielsen le fios gur tharla an meath ar líon na ngaráistí le siopa i 2002 mar gheall ar athrú i modheolaíocht agus an úsáid a bhí á bhaint as breis sonraí seachtracha. Creidtear go bhfuil na figiúirí i gcás na bliana 2000 ró-ard ach ní luafar arís iad. Tógadh na figiúirí do 1966, 1977 agus 1983 as Tuarascáil 1987 an CCS, Aguisín IV, Tábla 3, L.108.

<sup>6</sup> Áirítear i measc iolraigh Tesco, Dunnes & Superquinn; i measc siombailí tá Centra, Londis, Mace, SPAR, SuperValu; I measc slabhraí eile tá Aldi, Costcutters, Gala, Iceland, Lidl, Londis Top Shop, Vivo, & XL Stop agus Shop.

d'fhéadfadh go mbeadh tionchar ag athrú ar mhodheolaíocht ar na figiúirí díreacha.

Ag glacadh na n-athruithe i modheolaíocht ar tharraing AC Nielsen aird orthu, díríonn na pointí sin ar fhás suntasach san earnáil áise/siombaile sa tréimhse ó 1994.

Leathnaítear é sin le himscrúdú ar líon na stórtha a bhí i mbun oibre ag na príomhstórtha siombaile.

D'fhás SuperValu (á fheidhmiú ag Musgraves) ón 30 stór a bhí acu i 1980 go dtí 80 i 1987. Sa lá atá inniu ann, tugann Musgraves a fheidhmíonn slabhra Centra freisin, soláthar do ar an iomlán 530 stór ar fud na hÉireann agus tá fás tagtha ar an scair den mhargadh de 50% ó thart ar 14.2% i 1990 go dtí beagnach 22% inniu.

Tá os cionn 300 stór i mbun oibre anois ag ADM Londis, dream a dúirt an CCS i 1987 a raibh 110 stór acu i 1987<sup>7</sup>.

Tá níos mó ná 550 stór SPAR agus Mace<sup>8</sup> i mbun oibre ag BWG ar fud na tíre, a bunaíodh go luath sna 1970aidí trí chomhnascadh a dhéanamh ar cheithre chuideachta mórdhíolta neamhspleách.

Tá beagnach 1,400 stór ag feidhmiú ag na trí ghrúpa siombaile sin ar fud na tíre. Déantar comparáid ansin le 1,175 stór grúpaí siombaile i 2002 mar a thug figiúirí AC Nielsen le fios thuas (lena n-áirítear cearnóga garáistí le siopa siombaile).

## 5.5 Éagsúlachtaí Réigiúnacha

Chun tuiscint cheart a fháil ar struchtúr an mhargaidh, áfach, ní mór dúinn smaoineamh i dtéarmaí ceantair uirbeacha agus tuaithe. I dTábla 6 déanaimid imscrúdú ar struchtúr an mhargaidh ar fud ceithre réigiún, Baile Átha Cliath, An Chuid Eile de Chúige Laighean, Mumhan agus cuid de Chúige Uladh/Chonnacht, faoi seach.

**Tábla 6 Éagsúlachtaí Réigiúnacha i Líon Stórtha**

1	Catagóir Réigiún	Baile Átha Cliath	An chuid eile de Cúige Laighean	Cúige Mumhan	Cúige Uladh/ Chonnacht
2	Daonra	1.12m	0.98m	1.10m	0.71m
3	Gach Iolrach	58	41	43	19

<sup>7</sup> Athbhreithniú 1987 CCS, Alt 3.14, Lth.24

<sup>8</sup> Is le BWG an branda siombaile SPAR i gcás Phoblacht na hÉireann agus freisin an branda siombaile Mace i gcás Chúige Laighean agus Chúige Mumhan

4	<b>Gach Siombail</b>	249	256	333	336
5	<b>Gach Neamhspleách</b>	973	1652	2512	1861
6	<b>Iolraigh in aghaidh 1m Duine</b>	52	42	39	27
7	<b>Siombail in aghaidh 1m Duine</b>	222	261	302	474
8	<b>Neamhspleácha in aghaidh 1m Duine</b>	865	1680	2282	2626
9	<b>Gach siombail &amp; Neamhspleách in aghaidh 1m Duine</b>	1087	1941	2584	3100
10	<b>Gach Stór Grósaera in aghaidh 1m Duine</b>	1139	1983	2623	3127

Foinse: A.C. Nielsen

Tá i bhfad níos lú stórtha grósaera againn i mBaile Átha Cliath de réir gach 1 milliún duine (Líne 10). Ach fós féin, tá líon i bhfad níos airde de shiopaí iolracha in aghaidh gach milliún den daonra i mBaile Átha Cliath ná in áiteanna réigiúnacha (Líne 6). Is léir, go bhfuil sé sin á stiúradh ag dlús daonra agus go mealltar iolraigh chuig na háiteanna sin le margadh dobharcheantair sách ard chun gur fiú dóibh lonnú san áit.

Mar sin féin, is léir go bhfuil iolraigh agus siombailí/neamhspleácha ag obair taobh le taobh laistigh de Bhaile Átha Cliath agus laistigh de mhór réigiún Chúige Laighean – agus go leor acu ag feidhmiú anois mar bhruachbhaile den phríomhchathair.

Creidimid go féidir leis sin tarlú mar gheall go bhfuil go leor de na siombailí bheaga agus na neamhspleácha ag feidhmiú i ‘niche’ margaidh difriúil agus go bhfuil siad go bunúsach ag freastal ar an margadh áise.

De ghnáth thaispeáin suirbhéanna praghsanna a rinne an Stiúrthóir Gnóthaí Tomhaltóirí roimhe seo i 2000 i gcomhair le Cumann Tomhaltóirí na hÉireann go mbíonn tomhaltóirí sásta préamh a íoc le siopadóireacht a dhéanamh i stórtha áise.

*“Centra and Spar were generally more expensive than Dunnes Stores and Tesco – the variations were very large in some cases. The emphasis in these stores is on the convenience element of shopping. Some goods prices matched those of the larger chains e.g. Donegal Catch, in some stores.*

*SuperValu prices either matched Dunnes Stores and Tesco or were slightly more expensive, but not as expensive as Spar and Centra.”*

*Shopping in local convenience stores Spar and Centra is more expensive across the board, on both staples and luxury items. Consumers are benefiting from the convenience element of shopping in these stores and as the stores are generally smaller it is understandable that such a variation exists. SuperValu falls between*



*these stores and the bigger chains in terms of price, and may be viewed as a supermarket with convenience store characteristics. In many cases the gap in prices is alarming...*<sup>9</sup>

*“The larger players have fixed their prices so closely that the current situation is seriously anti-competitive, and we strongly urge the Competition Authority to investigate.*

*The smaller convenience stores showed higher prices and poorer availability. Consumers will pay the price for greater convenience, and it appears they are willing to do so.*<sup>10</sup>

*“There seems to very little choice between the larger supermarkets. The smaller convenience stores continue to show higher prices and poorer availability. Centra and Spar were significantly more expensive in nearly all comparisons.”<sup>11</sup>*

Dá mbeadh na praghsanna mar a chéile i ngach cineál stóir, bheadh sé dodhéanta teacht ar aon chonclúid mar d’fhéadfadh sé gurb é an míniú a bheadh air nach raibh aon iomaíocht ann nó go raibh iomaíocht ghéar ann agus gur mar gheall air sin a chuaigh praghsanna go dtí an leibhéal is ísle a d’fhéadfaidís a dhul.

Mar sin féin, tá tábhacht leis go bhfuil praghsanna níos daoire i stórtha áise ar bhonn domhanda. Tugann sé sin ann féin le fios go bhfuil siad ag feidhmiú i niche margaidh difriúil. Is cinnte nach mbeadh an cás sin amhlaidh dá mbeadh an dá chineál stór ag freastal ar an margadh céanna.

Thug taighde a rinneadh le fíor-ghairid maidir le cur chuige tomhaltóirí le fios go bhfuil tuairim i measc tomhaltóirí go bhfuil stórtha áise níos daoire ná ollmhargaí tríd is tríd agus tá sé sin ag ráta suas go dtí 4 ar scála 1-5 i gcomparáid le díreach os cionn trí i gcás ollmhargaí.<sup>12</sup>

Tacaíonn fianaise starógach freisin leis an teoiric sin mar a thug suirbhé a rinne *shoppingbill.com* i Meán Fómhair le fios a thaispeáin an praghas ab ísle i gcás liosta táirgí branda i stórtha áise a bhí níos daoire ná na praghsanna céanna in ollmhargaí.<sup>13</sup>

Neartaítear é sin freisin trí thaighde neamhspleách a thug le fios, i ndáil leis an margadh grósaera uirbeach, go bhfuil difríocht shuntasach sa táirge idir stórtha áise agus stórtha ‘aon-stad’.

*“Independent retailers now target a specific “convenience” niche of the market, providing longer opening hours and greater locational convenience for the consumer. In addition, these outlets tend to*

<sup>9</sup> “Tuarascáil ar thorthaí Seiceálacha Praghsanna Ollmhargaidh 20 Meán Fómhair 2000”, ODCA

<sup>10</sup> Tuarascáil ar thorthaí Seiceálacha Praghsanna Ollmhargaidh 18 Deireadh Fómhair 2000

<sup>11</sup> “Tuarascáil CAI ar thorthaí Seiceáil Praghsanna Ollmhargaidh 6 Nollaig 2000”, ODCA

<sup>12</sup> “Behaviour & Attitudes in Irish Grocery 2005” arna fhoilsiú ag Insight Research, UK

<sup>13</sup> [www.shoppingbill.com/special\\_report\\_convenience.html](http://www.shoppingbill.com/special_report_convenience.html).

*specialise in a range of products which can be described as non-routine items purchased on “impulse” such as confectionery, daily routine purchase items such as newspapers, and other non-routine “top-up” items bought at irregular hours in small quantities between supermarket visits. Consumers do not tend to buy a weekly supply of these types of good in a “one-stop” supermarket shop. Independents are an important distributing outlet for these commodities, as exemplified by the sale of confectionery where it is estimated that 60 per cent of adult purchases are on impulse and 67 per cent of total confectionery sales are through Independent outlets (Checkout, 1996). A market niche has therefore evolved for the smaller independent outlets in the urban grocery market. It is clear that Multiples offer an entirely different product and target a different consumer base from the Independent sector. As a result, the grocery market in urban areas has evolved to a mature efficient dual structure where competition between Multiples in the “one-stop-trolley” market is largely separable from the smaller independent retail outlets who operate in their own “convenience” niche.”<sup>14</sup>*

Mar a bheifí ag súil leis, taispeánann Tábla 6 freisin (Línte 7,8 & 9) go bhfuil líon níos mó de stórtha siombaile agus neamhspleácha in aghaidh milliún duine in áiteanna réigiúnacha agus is mar gheall ar an dlús daonra níos lú lasmuigh de na príomhcheantair uirbeacha atá sé sin amhlaidh.

Níl iolraigh tagtha chomh fada le go leor ceantar réigiúnach áit nach leor é an margadh do bharcheantair sna ceantair maguaird chun lonnú san áit. Sna ceantair sin, déanann stórtha siombaile agus neamhspleácha freastal ar shiopadóireacht ‘aon-stad’ agus ar shiopadóireacht ‘áise’.

Mar thoradh air sin, creidimid nach bhfuil na hiolraigh agus na siombailí/neamhspleácha in iomaíocht lasmuigh de Bhaile Átha Cliath agus na príomhcheantair uirbeacha den tír, go simplí de bhrí nach bhfuil siad lonnaithe sna ceantair chéanna.

Chun léiriú níos fearr a fháil ar an bpointe sin, brathaimid ar thrí léarscáil a cuireadh isteach le haghaidh Musgraves a thaispeánann go soiléir scaipeadh (a) stórtha SuperValu agus Centra, (b) stórtha Tesco agus (c) Dunnes Stores. Tá na léarscáileanna sin faoi iamh in Aguisín a hAon Déag.

Dearbhaíonn siad sin nach bhfuil iomaíocht idir na hiolraigh agus siopaí miondíola neamhspleácha níos lú mar thréith ag an margadh grósaera i gceantair thuaithe mar gheall ar an scaipeadh tíreolaíoch ar thomhaltóirí.

Deir go leor den dream a thacaíonn leis an Ordú um Earraí Grósaera gurb iad na hoibreoirí neamhspleácha i gceantair thuaithe is mó a bhíonn i mbaol ag

---

<sup>14</sup> “A Rationale for Repealing the 1987 Groceries Order” le Patrick Paul Walsh, Coláiste na Tríonóide Baile Átha Cliath agus Katholieke Universiteit Leuven agus Ciara Whelan, London School of Economics agus Katholieke Universiteit Leuven - foilsithe i The Economic and Social Review, Imleabhar. 30, Uimh. 1, Eanáir, 1999, lth. 71-90

straitéisí praghsála na n-iolrach. Ag glacadh le struchtúir mhargaí agus áite faoi láthair, creidimid nach ndóigh go bhfuil aon fhírinne anseo.

Ina theannta sin, níl aon chúis ann a chreidiúint dá roghnódh iolraigh dul isteach sa mhargadh réigiúnach ar bhealach mór nach ndéanfaí forbairt ar déstruchtúr díreach mar a tharla i gceantair uirbeacha.

## 5.6 Miondíol Áise sa RA

Chaith Musgraves go forleathan le taithí trádáil miondíola grósaera sa RA, san aighneacht a chuir siad isteach chuig an bpróiseas comhairliúcháin poiblí. Is í an aighneacht sin an t-aon cheann ina raibh léiriúchán ar CD-ROM – ag déileáil go sainiúil leis an tsaincheist seo. Tá ciall go dtí pointe áirithe le comparáidí den sórt sin a dhéanamh de bhrí nach bhfuil cosc ar dhíolachán faoi chostas sa Ríocht Aontaithe.

Tá tagairt déanta ag Musgraves d'fhiniméin Bhaile Tréigthe na Breataine/*Ghost Town* agus do Bhaile *Clone* na Breataine agus déileáilimid leis an imní atá orainn i ndáil leis na figiúirí a cuireadh faoina mbráid maidir leis sin, ó Musgraves agus daoine eile, go sonrach i gCaibidil 10.

Luann Musgraves é seo a leanas ina n-aighneacht:

*“A recent new Economics Foundation (NEF)<sup>15</sup> report said that 42% of UK towns are clone towns with few local retailers and a further 26% were under threat of going the same way. The latest figures from the IGD<sup>16</sup> show that there are over 1,500 less convenience stores in the UK in 2005 than there were in 2004.”*

Níl aon taighde déanta againn ar bhunús an fhiigiúir sin agus ní féidir linn a rá cibé an bhfuil sé cruinn nó nach bhfuil. Mar sin féin, is é an tuiscint a bhainimid as an ráiteas ná go bhfuil meath ag teacht ar earnáil áise na Ríochta Aontaithe.

Dúirt Musgraves freisin go ndúirt *Rural Shops Alliance (RSA)* sa Ríocht Aontaithe go bhfuil “...in total, 12,000 shops left in Britain.”

Nílimid cinnte cad atá i gceist leis an bhfigiúir sin ach tugann a gcuid taighde le fios go bhfuil sé míchruinn, ar a laghad sa tslí a bhfuil sé curtha i láthair anseo. Tugann Musgrave le fios in áit éigin eile ina n-aighneacht go bhfuil 2,400 stór i mbun oibre acu féin sa Bhreatain idir slabhraí Londis agus Budgens sa Ríocht Aontaithe, – 20% den líon iomlán stórtha atá fágtha sa tír dar le meastachán an RSA.

<sup>15</sup> Déileáilimid le Tuarascáil an NEF i gCaibidil 10

<sup>16</sup> Is cuideachta margaíochta atá lonnaithe sa RA é IGD a fheidhmíonn mar charthanacht cláraithe le breis is 500 comhalta corparáideach as an tionscal bia agus grósaera lena n-áirítear feirmeoireacht, déantúsaíocht, mórdhíol, miondíol, seirbhís bia, imdháileadh agus iad sin a bhfuil leas sainiúil acu san earnáil.

Go deimhin, dar le AC Nielsen,<sup>17</sup> tá beagnach 5,000 stór iolrach sa Bhreatain, agus thart ar 78,000 stór ‘tobcheannaigh. Áirítear leis an ngrúpa sin comharchumann, stórtha áise, siombailí, siopaí cearnógacha, agus stórtha neamhspleácha.

Dúirt Musgraves freisin maidir le ceantair áitiúla sa Bhreatain, “...retailers with deep pockets can, in the short term, push prices down below cost to put a competing retailer out of business.” Dúirt siad go bhfuil an cheist maidir le “targeted temporary below cost selling” á plé ag miondíoltóirí neamhspleácha sa Bhreatain lena n-áirítear an Association of Convenience Stores (ACS).

Agus dúirt siad maidir leis an RA “paid dearly” as rialáil níos lú” *in terms of the widespread practice of targeted below cost selling which has the effect of taking out independent stores.*”

Ní thacaíonn Coimisiún Iomaíochta na RA leis na héilimh sin a thuairiscigh i 2000:

*“We did not find any evidence that multiples had engaged in short-term inter-temporal predatory behaviour, i.e. supermarkets selectively lowering and then raising prices in response to the presence and subsequent exit of local competitors”*<sup>18</sup>

Ina theannta sin, i mí Lúnasa 2005 tháinig an *Office of Fair Trading (OFT)* sa Ríocht Aontaithe (in athbhreithniú ar fheidhmiú an chóid chleachtais reachtúil ar na hionraigh mhóra sa RA a tugadh isteach ar mholadh an Choimisiúin Iomaíochta i ndiaidh a dTuarascála i 2000) ar an gconclúid seo a leanas (béim curtha air):<sup>19</sup>

*“Since the publication of the CC’s 2000 report, **consumers have benefited from competition in grocery retailing which has secured lower food prices overall and a greater choice of product lines in supermarkets** with no evidence of reduction in the quality of the produce available.*

*Inevitably, competition brings about change. That has manifested itself in the increased competitive pressure faced by smaller retailers as the large supermarkets have diversified into convenience retailing; and in changes in the respective market shares of the major supermarkets. It is not for the competition authorities to deny any players in a market opportunities for organic growth where they arise out of a perceived need and ability to meet consumer demand. We do, however, consider merger proposals very carefully and have acted and will act where these might give rise to a substantial lessening of competition.*

---

<sup>17</sup> AC Nielsen Retail Pocket Book, 2005, Foilsithe ag World Advertising Research Centre. ISBN 1 84116 163 2 (Lth 44)

<sup>18</sup> Féach fonóta 17, Lth 157

<sup>19</sup> [www.of.gov.uk](http://www.of.gov.uk)

***We have received no firm evidence to show that below-cost selling and price flexing<sup>20</sup> are affecting competition adversely. The opinion has been expressed to us that price-flexing has decreased since 2000, driven no doubt by the increasing importance of the internet (which, by its nature, reflects national rather than regional prices) as a source of price data.***

***There is no evidence that, as a result of supermarkets' entry into the convenience store sector, there has been any consumer detriment.***

*We are not aware that any of the other practices which the CC's 2000 report identified as adversely affecting competition are continuing or of the emergence of any new practices with such an effect."*

Tugann fianaise neamhspleách a fuarthas mar chuid dá dtaighde le fios gur gnó fáis í an earnáil áise sa RA. In airteagal ó Mheán Fómhair, 2004, dúirt Raphael Moreau, Anailíseoir Miondíola ag Euromonitor International:<sup>21</sup>

*"Diversifying into convenience stores is on the agenda for the UK's top hypermarket chains because this retail format offers good growth prospects. At Euromonitor International we have seen that convenience stores have increased their share of the UK food retailing market from 20% to 21.9% between 1999 and 2003. Clearly these stores are appealing to UK consumers, thanks to their convenient locations and extended opening hours. Hypermarket retailers want to make sure they don't miss out on this growing area of the UK market."*

Dúirt Danielle Tolson, bainisteoir cumarsáide seachtrach, AC Nielsen, mar seo a leanas:<sup>22</sup>

*On average there are more shopping trips being taken per year. Between 2002 - 2004 there has been a 2.5% point jump in households shopping on average more than once a week – now at 88%. This is directly driven by the convenience shopping trip.*

*Basket sizes are getting smaller with the greatest growth being seen in the 1-5 items basket, now accounting for just over 28% of all shops (+4% YoY). All other basket sizes have lost share with the exception of the 50+ item basket (+0.2% pts to 7.2%). This means that we have seen less top-up shops than previous years, and less weekly shops but more big monthly shops and many more convenience shops. With trends like these it is clear there is a demand for the convenience buy so it is a sound strategy for retailers to follow, be it by having a*

---

<sup>20</sup> Ag baint praghsanna difriúla amach ar na hearraí grósaera céanna i gceantair dhifriúla

<sup>21</sup> "Consolidation re-shapes UK retailing" - 29 Meán Fómhair 2004, Cartlann Euromonitor (<http://www.euromonitor.com/article.asp?id=4003>)

<sup>22</sup> "Convenience Retailing is more than a format" AC Nielsen (UK) Trends & Insights-Market Insights-Convenience Retailing (foilsithe don chéad uair Checkout Magazine, Márta 2005) (<http://www.acnielsen.co.uk/insights/convenienceretailing.shtml>)

*convenience offering within a Superstore or having a stand-alone convenience format.*

De réir eolais a sholáthair Tuarascáil Miondíola Áise<sup>23</sup> 2004, is fiú £23 billiún margadh áise na RA – 20% den mhargadh grósaera iomlán sa RA. Go deimhin tá an earnáil áise ag déanamh níos fearr ná an margadh grósaera iomlán, ar tháinig fás 3.3% air thar an tréimhse chéanna.

Dar le IGD, tá 53,653 stór áise sa RA, lena n-áirítear comharchumainn, cearnóga, siombailí agus stórtha atá neamhspleách go hiomlán. Tuarann IGD go mbeidh fás déanta ag an margadh go dtí £29 billiún faoi 2009 agus go mbeidh meath beag ar líon na stórtha – go dtí 51,950.

Níl aon amhras faoi ach go bhfuil comhdhlúthú suntasach déanta ar an earnáil áise sa Ríocht Aontaithe agus go leor iolrach as an RA ag ceannach isteach sa mhargadh. Dúirt Raphael Moreau, Anailíseoir Miondíola ag Euromonitor International.<sup>24</sup>

*“High Street convenience stores are also particularly attractive to hypermarket retailers, due to strict planning rules restricting the opening of new out-of town hypermarkets. It is for this reason that both Tesco and Sainsbury’s have focused on developing their Tesco Express/Tesco Metro and Sainsbury’s Central fascias. Euromonitor International believes that this trend is likely to intensify in the next five years..”*

Soláthraíonn IGD na sonraí seo a leanas maidir le héadálacha sa mhargadh sa tréimhse ó 2002, agus tá níos lú oibreoirí ann, mar thoradh air, a deir siad:

**Tábla 7 Éadálacha Slabhraí Áise sa RA**

Gnó a Fuarthas	Éadálacha ag	Líon na stórtha a fuarthas
Budgens	Musgrave	235
Europa	Tesco	45
T&S Stores	Tesco	1,215
Local plus	Co-op	64
Bells Stores	Sainsbury’s	54
Balfour	Co-op	111
Alldays	Co-op	603
Aberness	Somerfield	36

Ina theannta sin, i 2004, ó cuireadh na figiúirí seo le chéile, bhain Musgraves Londis GB amach, grúpa áise le 2,200 stór sa Bhreatain, in Alban agus sa

<sup>23</sup> Faighte ó [www.thelocalshop.com](http://www.thelocalshop.com) – láithreán gréasáin Association of Convenience Stores na RA

<sup>24</sup> “Consolidation re-shapes UK retailing” - 29 MF 2004, op. cit.

Bhreatain Bheag. Tugann tuairiscí atá feicthe againn le fios gur íoc Musgraves Stg£60m (c. €90m) ar an ngrúpa<sup>25</sup>.

Tagann sé sin anuas ar stórtha Musgraves Budgens atá liostaithe thuas a fheidhmíonn go príomha in oirdheisceart Shasana.

Dar le haghneacht Musgraves féin feidhmíonn siad os cionn 2,400 stór sa Bhreatain, agus is le miondíoltóirí neamhspleácha go príomha iad sin.

*“With the acquisition of Londis GB we now have the ability to establish a business across Britain which supports the independent retailer. The combination of Budgens and Londis has annualised retail sales of £1.5 billion and will now need to be supported by a major programme of investment in supply chain and systems, which will take several years.”*

**- Musgrave Group Plc<sup>26</sup>**

*“MBL<sup>27</sup> is embarking on a process to develop a franchise business that is at least as good as anywhere else in the Group. The rapidly growing UK convenience market is estimated at some £21.5 billion in annual sales. Investing in this market will ensure that Musgrave's unique selling proposition - its close relationships with local consumers - allows its UK business to grow and prosper”.*

**- Chris Martin, Príomhfheidhmeannach Grúpa Musgraves<sup>28</sup>**

## 5.7 Conclúidí

Taispeántar go bhfuil comhchruinniú an-ard i margadh earraí grósaera na hÉireann.

Tá fás tagtha ar chomhchruinniú sa mhargadh sa tréimhse ó tugadh isteach an tOrdú um Earraí Grósaera. Tharla go leor den chomhchruinniú níos mó sin faoi leibhéal na n-iolrach agus, go háirithe i gcás na tréimhse ó 1994, dealraíonn sé go raibh sé á stiúradh ag comhdhlúthú ar an tsnáith shiombaileach/neamhspleách.

Léiríonn margadh na hÉireann struchtúir agus leibhéal comhchruinnithe atá comhchosúil le margadh na RA, áit, ar ndóigh, nach bhfuil aon chosc ar dhíolachán faoi chostas. Más tada é, creidimid go bhfuil margadh na hÉireann go himeallach níos comhchruinnithe.

Creidimid go bhfuil déstruchtúr i bhfeidhm laistigh de na príomh cheantair uirbeacha le hionraigh a bhíonn ag freastal ar an siopadóir “aon-stad” agus na siombailí/neamhspleácha a bhíonn ag freastal ar an margadh “niche” áise.

<sup>25</sup><http://www.rte.ie/business/2004/0623/londis.html>

<sup>26</sup> Torthaí don bhliain dar chríoch 31 Nollaig 2004, Buaicphointí an Ghrúpa ([www.musgrave.ie](http://www.musgrave.ie))

<sup>27</sup> Musgraves Budgens Londis

<sup>28</sup> Athbhreithniú Bliantúil Phríomhfheidhmeannach an Ghrúpa, 2004

Ní cosúil gur tréith den trádáil i gceantair níos mó faoin tuath é an déstruchtúr seo de bhrí nach mealltar go leor iolrach chuig áiteanna a bhfuil dlús íseal daonra. Mar sin tá na siombailí/neamhspleácha ag freastal ar na margaí “aonstad” agus na margaí áise sna háiteanna sin.

Sa Ríocht Aontaithe, is í an earnáil áise an earnáil is mó fáis sa mhargadh grósaera mar a cruthaíodh le déanaí nuair a chuaigh go leor iolrach isteach sa mhargadh chomh maith leis an bhfeidhmitheoir grúpa siombaile as Éirinn, Musgraves. Táthar ag súil go dtiocfaidh fás 25% ar láimhdeachas san earnáil áise thar na chéad ceithre bliana eile.

Mar thoradh air sin, agus ag glacadh leis na struchtúir chomhchosúla atá ar an margadh, níl aon chúis ann a chreidiúint go bhfulaingeach an margadh áise in Éirinn mar gheall ar fáil réidh leis an gcosc ar dhíolachán faoi nglanphraghas ar an sonrasc.