

Bilag til beretn. ang. lovf. om tilsyn med monopol og konkurrencebegrænsning m. m.

vareart forekommer et stort antal mærkevarer, og ialt er 44 mærker under kolonialdetailhandelen og 95 mærker fra det vareområde, der hører ind under drug stores, repræsenteret i undersøgelsen. Blandt disse er der nogenlunde ligelig repræsentation af prisbundne og ikke-prisbundne mærker af samme vare. Undersøgelsen er tilrettelagt således, at man for hver af de repræsenterede mærkevarer har indhentet oplysninger om priserne i forskellige forretningstyper (almindelige detailforretninger, kædebutikker, varehuse og supermarkets) på tre tidspunkter: eet, der ligger lige forud for indførelsen af bruttopriser for den pågældende vareart, eet kort tid herefter og endelig selve undersøgelsestidspunktet i 1939. Derefter er der på hvert af de tre tidspunkter for hver vareart og indenfor hvert af de geografiske områder, som undersøgelsen omfatter, beregnet gennemsnit af priser og bruttoavancer for henholdsvis de prisbundne og de ikke-prisbundne mærker i de forskellige forretningstyper. Opdelingen af materialet på forskellige byer og områder har navnlig betydning derved, at bruttoprissystemet ikke er tilladt i alle stater, og ved, at fabrikanterne også af andre grunde fastsætter bindende videresalgspriser i nogle områder, medens der i andre områder er fri prisdannelse for de samme varer. Materialet muliggør altså foruden en sammenligning af priserne for henholdsvis prisbundne og ikke-prisbundne mærkevarer indenfor samme vareart også en sammenligning af priserne for nøjagtig samme mærke i områder med og uden bruttoprisbindinger.

#### *Virkninger i detailhandelen.*

Indenfor *kolonial*detailhandelen er bruttoprissystemet kun trængt igennem i forholdsvis ringe grad. Som årsager hertil anfører kommissionen, foruden at mange af varerne er uegnede for bruttoprisfastsættelse, bl. a. det store antal konkurrerende mærker og den enkelte fabrikants frygt for at fastsætte videresalgspriser, hvis ikke konkurrenterne følger med. Denne frygt hænger igen sammen med kædeforretningers og varehuses dominerende indflydelse indenfor kolonialområdet, idet fabrikanterne forudser, at disse store aftagere, hvis de tvinges til at holde højere priser, end de selv ønsker,

*enten* vil gå over til andre fabrikanter mærker, som ikke er prisbundne, *eller* også vil indføre egne varemærker, som ikke forhandles i andre forretninger, og hvis pris de derfor frit kan bestemme over.

For flertallet af de bruttoprisbundne artikler indenfor området (bl. a. mel, kaffe, konserves) har bruttoprisbindingen kun givet anledning til mindre prisforskydninger. Priserne er blevet fastsat på samme niveau, som kædebutikker og varehuse holdt i forvejen, idet det blot har været fabrikanternes formål at forhindre lokkevarekonkurrence, hvorimod de ikke har villet — eller på grund af disse storforetagenders udbredelse indenfor branchen ikke har ment at kunne — sikre almindelige detailforretninger højere avancer. For sæbe og vaskemidler samt enkelte andre artikler kan det dog påvises, at de nævnte store detailforretninger i kraft af bruttoprisbindingerne er blevet tvunget til prisforhøjelser. Til gengæld har andre forretninger (fortrinsvis forretninger med større service som f. eks. udbringning af varer og kreditgivning) reduceret deres priser noget i forhold til tiden før prisbindingerne. For den enkelte konsument beror virkningen altså på, hvor han har været kunde. I denne forbindelse bemærker kommissionen, at bruttoprissystemet er til skade for de forbrugere, der ikke påskønner eller ikke har råd til at betale for denne særlige service.

Foruden prisoplysningerne har kommissionen indhentet oplysninger om de afsatte mængder af de forskellige mærkevarer før og efter bruttoprisbindingen. Der kan imidlertid kun påvises forholdsvis små forskydninger i salgets fordeling på forskellige mærker, og materialet giver ikke udtryk for nogen bestemt tendens. I en del tilfælde mener kommissionen at kunne konstatere, at bruttoprisbindingerne er blevet fulgt op af et forøget salgsarbejde fra detaillisterne side, men efter kommissionens opfattelse kan producenterne i almindelighed ikke vente større resultater heraf, da det er umuligt for detaillisterne samtidig at intensivere salgsarbejdet for alle de mange konkurrerende mærker, der sælges under bruttopriskontrakter.

Medens altså virkningerne af bruttoprissystemets legalisering har været forholdsvis