

Redusert matmoms – fullt prisgjennomslag hindret av kiosker og bensinstasjoner?

Ingvild Johansen

En halvering av matmomsen fra 24 til 12 prosent tilsier isolert sett en prisreduksjon på 9,7 prosent, mens indeksen for matvarer og alkoholfrie drikkevarer som inngår i konsumprisindeksen (KPI) falt med 8,9 prosent fra juni til juli 2001. En hypotese er at det var prisadferden til kiosker og bensinstasjoner som hindret full overveltning av avgiftslettelsen i prisene. Denne studien bekrefter i stor grad denne hypotesen, når man ser på prisendringen fra juni til juli 2001. I en noe lenger tidsperiode blir dette imidlertid mindre klart. Av fem varegrupper, var det bare for én varegruppe at prisnedgangen i et ettårsperspektiv var i tråd med full overveltning. Dette gjelder både for kiosker og bensinstasjoner og dagligvareforretninger. Prisoverveltningen var størst i dagligvareforretninger for tre varegrupper, og for én i kiosker og bensinstasjoner. For én varegruppe var graden av overveltning den samme.

Innledning

Momsreformen med virkning fra 1. juli 2001 ble vedtatt i Stortinget 28. november 2000. Reformen innebærer en ny generell moms på tjenester som tidligere ikke var momsbelagt, og at momsen på næringsmidler halveres. Som næringsmidler regnes ordinære matvarer og alkoholfrie drikkevarer. I tillegg steg den generelle momssatsen fra 23 til 24 prosent med virkning fra 1. januar 2001. Momssatsen utgjør nå 12 prosent på matvarer og alkoholfrie drikkevarer og 24 prosent på tjenester. Denne artikkelen tar kun for seg effektene av halveringen av momsen på næringsmidler. Halveringen av matmomsen fra 24 til 12 prosent tilsvarer isolert sett en prisnedgang på 9,7 prosent dersom avgiftsendringen fullt ut overveltes i forbrukerprisene.

Bakgrunnen for denne analysen var diskusjonen rundt de umiddelbare effektene av momshalveringen på KPI. Fra juni til juli 2001 falt delindeksen for matvarer og alkoholfrie drikkevarer som inngår i KPI med 8,9 prosent, og ikke med 9,7 prosent som momshalveringen isolert sett skulle tilsi. En undersøkelse foretatt av Statens institutt for forbruksforskning (SIFO) viser at prisreduksjonen i dagligvarekjedene var omtrent tilsvarende momshalveringen, og større enn prisnedgangen i KPI (Lavik 2002). Det ble antydning at dette kunne være et resultat av at kiosker og bensinstasjoner ikke reduserte prisene i like stor grad som dagligvarekjedene. Statistisk sentralbyrå fikk i oppdrag fra Landbruksdepartementet å foreta en separat analyse av prisutviklingen i kiosker og bensinstasjoner (Johansen 2003). Denne artikkelen bygger på resultatene fra analysen og belyser prisutviklingen på matvarer og

alkoholfrie drikkevarer som omsettes i kiosker og bensinstasjoner i forhold til i dagligvareforretninger. Hensikten er å se hvorvidt næringene rent prismessig har reagert forskjellig på halveringen av matmomsen.

Ulike næringer – ulik prisutvikling?

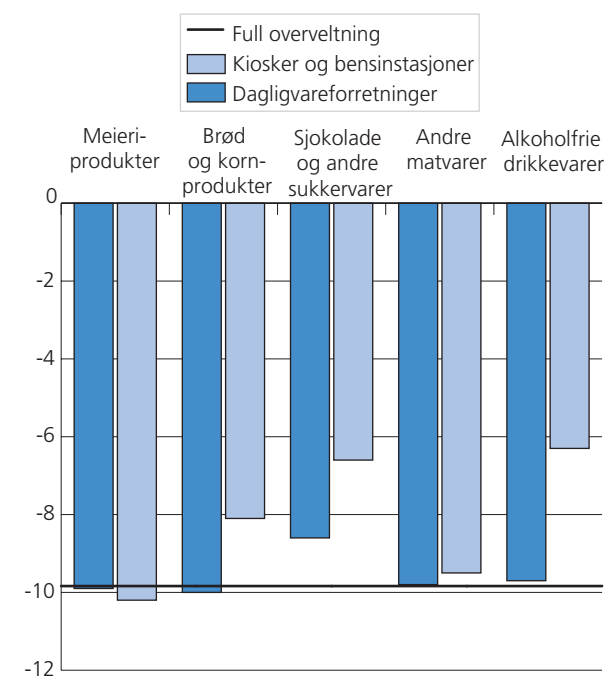
I dag tilbyr kiosker og bensinstasjoner i stor grad, og i langt større grad enn tidligere, dagligvarer i konkurranse med dagligvareforretningene. Til tross for dette er det grunn til å tro at konkurransen ikke er veldig stor mellom disse næringene, noe som kan være et resultat av ulik tilgjengelighet med hensyn på lokalisering og åpningstider. Det er også grunn til å tro at konkurransen er sterkere mellom dagligvareforretningene enn mellom de enkelte kiosker og bensinstasjoner, hvilket blant annet gjenspeiles av større grad av kampanjer i dagligvareforretninger enn i kiosker og bensinstasjoner. Årsaken til dette kan være ulikt handlemønster i kiosker og bensinstasjoner kontra dagligvareforretninger fra forbrukernes side. I tillegg kan større grad av press fra media og andre organer på dagligvareforretninger enn på kiosker og bensinstasjoner ha bidratt til ulik prisadferd.

Noe mindre prisfall i kiosker og bensinstasjoner

Effektene av momsreformen viste seg klart i KPI i juli 2001, der delindeksen for matvarer og alkoholfrie drikkevarer sett under ett falt med 8,9 prosent. I gjennomsnitt ble prisene på matvarer redusert med 9,1 prosent, mens prisene på alkoholfrie drikkevarer gikk ned med 8,4 prosent. Fra juni til juli har prisutviklingen på matvarer og alkoholfrie drikkevarer på 1990-tallet variert mellom ingen endring og en prisoppgang på 1,8 prosent. Årsaken til en prisoppgang fra juni til juli for enkelte varegrupper har normalt vært å finne i det årlige jordbruksoppgjøret. I 2001 ble det imidler-

Ingvild Johansen er førstekonsulent ved Seksjon for økonomiske indikatorer. (ingvild.johansen@ssb.no)

Figur 1. Prisreduksjon fra juni til juli 2001



Kilde: Statistisk sentralbyrå.

tid bestemt at oppgjøret først skulle tre i kraft fra 1. november for ikke å "forstyrre" effekten av momsreformen. Vi antar derfor at det i perioden juni til juli 2001 ville vært tilnærmet uendrede priser dersom det ikke hadde vært for momsreformen. Dermed kan full overveltning i forbrukerprisene defineres som en prisreduksjon på 9,7 prosent. I og med at indeksen for matvarer og alkoholfrie drikkevarer falt med 8,9 prosent har ikke hele momshalveringen kommet forbrukerne til gode.

Både kiosker og bensinstasjoner og dagligvareforretninger reduserte prisene på matvarer og alkoholfrie drikkevarer i juli 2001. Prisene på meieriprodukter og andre matvarer ble redusert tilnærmet like mye i kiosker og bensinstasjoner som i dagligvareforretninger med omkring 10 prosent. Prisene på sjokolade og andre sukkervarer, alkoholfrie drikkevarer og brød og kornprodukter falt noe mer i dagligvareforretninger enn i kiosker og bensinstasjoner fra juni til juli 2001. Prisnedgangen for brød og kornprodukter var 8,1 prosent i kiosker og bensinstasjoner, og 10,0 prosent i dagligvareforretninger. Prisene på alkoholfrie drikkevarer gikk ned med 9,7 prosent i dagligvareforretninger, men bare med 6,3 prosent i kiosker og bensinstasjoner. Sjokolade og andre sukkervarer ble registrert med en prisnedgang på 8,6 prosent i dagligvareforretninger, og 6,6 prosent i kiosker og bensinstasjoner.

Prisreduksjonene i dagligvareforretninger tilsvarte dermed omtrent full overveltning av momshalveringen for alle varegruppene bortsett fra sjokolade og andre sukkervarer. Prisnedgangen i kiosker og bensinstasjoner var derimot noe mindre for brød og kornprodukter, sjokolade og andre sukkervarer og alkohol-

frie drikkevarer. Resultatene bekrefter dermed i noen grad antydningene i SIFO-undersøkelsen, om at prisbevegelsene i kiosker og bensinstasjoner kan ha vært årsaken til at prisene på sjokolade/sukkervarer og mineralvarer sank noe mindre enn de andre gruppene i KPI. Det ble også hevdet at dette kunne ha sammenheng med at sjokolade/sukkervarer og mineralvarer er typiske varer som selges på bensinstasjoner og i kiosker, samt at denne næringen i mindre grad har blitt overvåket sammenlignet med dagligvarekjedene. Men vi ser imidlertid at selv om dagligvareforretninger reduserte prisene på sjokolade og andre sukkervarer i større grad enn kiosker og bensinstasjoner ble ikke avgiftslettelsen fullt ut overveltet i prisene.

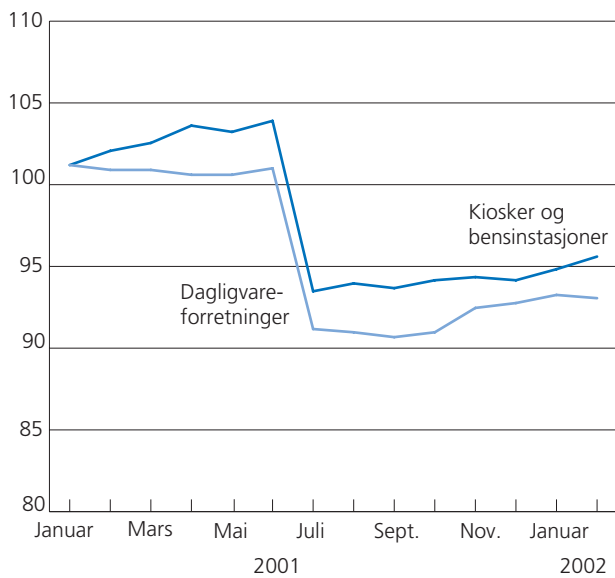
Hva skjedde før og etter momshalveringen?

Det kan tenkes at overveltningen av momsreduksjonen i forbrukerprisene ikke skjedde med umiddelbar virkning, men at den ble noe forsinket. Eller det kan være at graden av overveltning er enda mindre sett i et lenger tidsperspektiv enn fra juni til juli 2001 grunnet strategisk prissetting fra aktørenes side i forkant eller etterkant av momsreformen. Vi vil derfor også se på prisutviklingen i en lenger tidsperiode. I en undersøkelse foretatt av Næringsøkonomisk institutt (NØI) analyseres overveltningsgraden av halveringen av matmomsen til forbruker (Østmoe 2002). Analysen gjøres ut i fra et ettårsperspektiv hvor prisendringer av andre årsaker er tatt i betraktning. Den underliggende prisveksten i perioden januar/februar 2001 til januar/februar 2002 antas å ha vært ca. 2,0 prosent slik at fullt gjennomslag i forbrukerprisene defineres som en prisreduksjon på 7,8 prosent. Med en prisnedgang i indeksen for matvarer og alkoholfrie drikkevarer i KPI på 5,9 prosent i løpet av perioden, ble overveltningsgraden av momshalveringen til forbruker estimert til ca. 76 prosent. Er det slik at det er prisutviklingen i kiosker og bensinstasjoner som er årsaken til at ikke hele momsreduksjonen kom konsumentene til gode? Vi tar utgangspunkt i den samme forutsetningen som Østmoe, og at kiosker og bensinstasjoner hadde hatt samme prisutvikling som dagligvareforretninger dersom momshalveringen ikke hadde funnet sted.

I perioden januar/februar 2001 til januar/februar 2002 lot dagligvareforretninger hele momsreduksjonen komme konsumentene til gode med en prisnedgang på 7,9 prosent på meieriprodukter. Det gjorde derimot ikke kiosker og bensinstasjoner som satte ned prisene med bare 6,4 prosent. I forkant av momsreformen gikk prisene på meieriprodukter i kiosker og bensinstasjoner opp, mens prisutviklingen i dagligforretninger derimot var relativt flat.

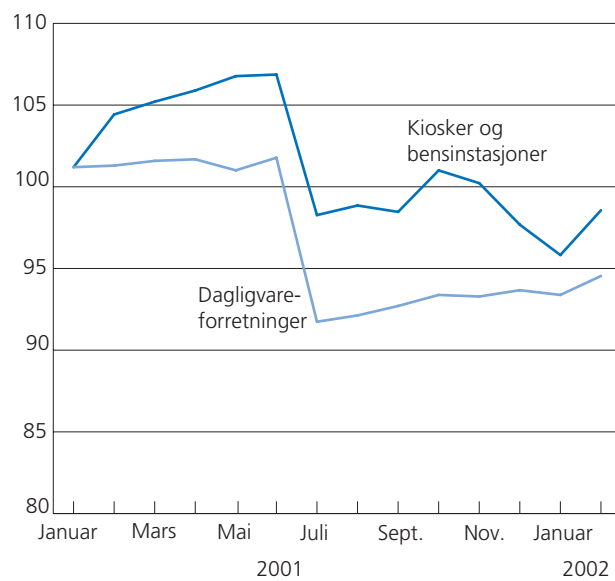
Fra januar/februar 2001 til januar/februar 2002 ble prisene på brød og kornprodukter redusert med 7,3 prosent i dagligvareforretninger, et halvt prosentpoeng mindre enn det full overveltning skulle tilsi. Avstanden fra full overveltning i kiosker og bensinstasjoner var imidlertid langt større. Prisnedgangen i kiosker og

Figur 2. Prisutvikling på meieriprodukter



Kilde: Statistisk sentralbyrå.

Figur 3. Prisutvikling på brød og kornprodukter

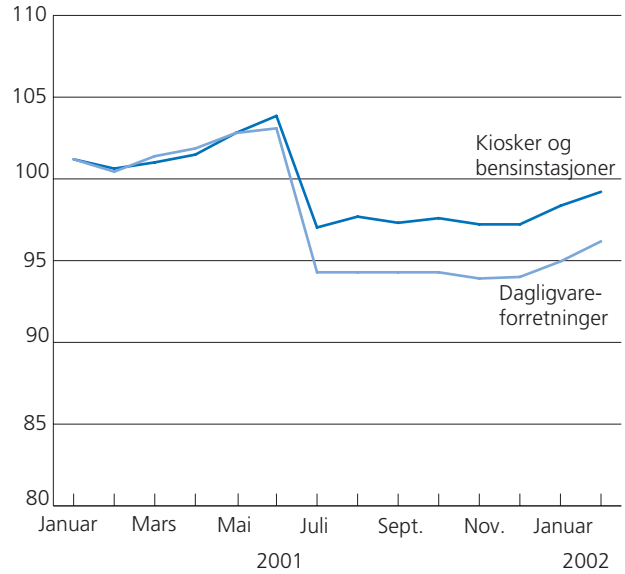


Kilde: Statistisk sentralbyrå.

bensinstasjoner var nemlig bare 5,5 prosent. Prisene på brød og kornprodukter steg i større grad i kiosker og bensinstasjoner enn i dagligvareforretninger gjennom første halvår 2001, men mindre i annet halvår.

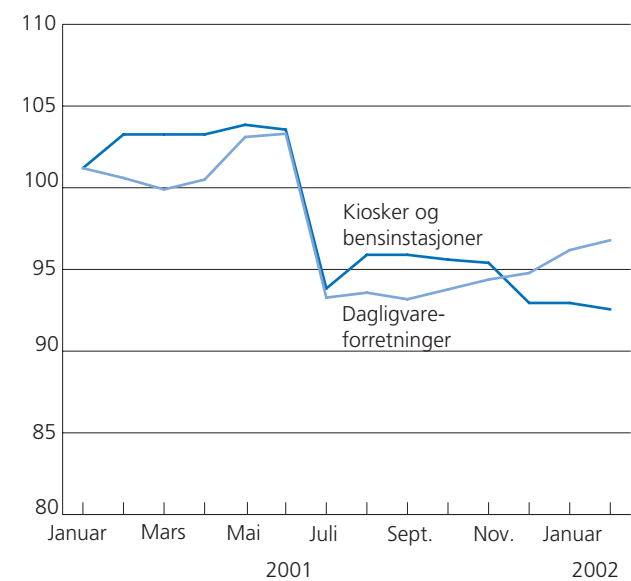
Verken kiosker og bensinstasjoner eller dagligvareforretninger reduserte prisene på sjokolade og andre sukkervarer i perioden januar/februar 2001 til januar/februar 2002 tilsvarende full overveltning. Overveltningensgraden var imidlertid større i dagligvareforretninger enn i kiosker og bensinstasjoner. Prisreduksjonen på sjokolade og andre sukkervarer i kiosker og bensinstasjoner og dagligvareforretninger var henholdsvis 2,1 og 5,3 prosent. Med unntak av en større prisnedgang i dagligvareforretninger enn i kiosker og bensin-

Figur 4. Prisutvikling på sjokolade og andre sukkervarer



Kilde: Statistisk sentralbyrå.

Figur 5. Prisutvikling på andre matvarer



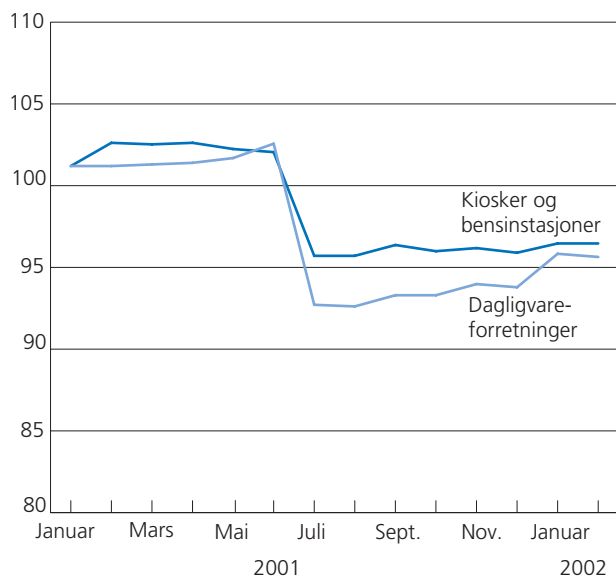
Kilde: Statistisk sentralbyrå.

stasjoner fra juni til juli 2001 var prisutviklingen i forkant og etterkant i de ulike næringene relativt lik.

Kiosker og bensinstasjoner reduserte prisene på andre matvarer i større grad enn momshalveringen skulle tilsi fra januar/februar 2001 til januar/februar 2002. Prisnedgangen var langt mindre i dagligvareforretninger der prisene bare falt med 4,4 prosent. Forskjellen har sammenheng med at prisene i etterkant av momsreduksjonen steg i dagligvareforretninger, mens de i kiosker og bensinstasjoner gikk svakt ned.

Prisene på alkoholfrie drikkevarer gikk tilnærmet like mye ned i kiosker og bensinstasjoner som i dagligvareforretninger i perioden januar/februar 2001 til januar/

Figur 6. Prisutvikling på alkoholfrie drikkevarer



Kilde: Statistisk sentralbyrå.

februar 2002 med en prisnedgang på henholdsvis 5,4 og 5,5 prosent. Prisnedgangen var ikke like stor som momshalveringen skulle tilsi. I forkant av momsreduksjonen gikk prisene svakt opp i både kiosker og bensinstasjoner og dagligvareforretninger. Prisene på alkoholfrie drikkevarer gikk mest ned i dagligvareforretninger fra juni til juli 2001, men her økte prisene i annet halvår, mens prisutviklingen i kiosker og bensinstasjoner var relativt flat.

Oppsummering

Momsen på næringsmidler ble redusert fra 24 til 12 prosent fra 1. juli 2001. Både kiosker og bensinstasjoner og dagligvareforretninger reduserte prisene på matvarer og alkoholfrie drikkevarer fra juni til juli 2001 som en følge av momsreduksjonen. I dagligvareforretninger var prisnedgangen fra juni til juli omtrent like stor som momshalveringen skulle tilsi, altså 9,7 prosent, for alle varegruppene bortsett fra sjokolade og andre sukkervarer. Kiosker og bensinstasjoner reduserte prisene på sjokolade og andre sukkervarer, alkoholfrie drikkevarer og brød og kornprodukter i noe mindre grad enn dagligvareforretninger.

Prisene falt også i løpet av perioden januar/februar 2001 til januar/februar 2002 for alle varegruppene i både kiosker og bensinstasjoner og dagligvareforretninger. Med en underliggende prisvekst fra januar/februar 2001 til januar/februar 2002 på ca. 2,0 prosent ville full overveltning tilsi en prisnedgang på 7,8 prosent i perioden. I dagligvareforretninger var det kun prisene på meieriprodukter som ble redusert i denne størrelsesorden. Mens det i kiosker og bensinstasjoner kun var prisene på andre matvarer som ble registrert med full overveltning. I kiosker og bensinstasjoner finner vi den minste overveltningen i prisene på sjokolade og andre sukkervarer. I dagligvareforretninger derimot falt prisene på andre matvarer mindre enn i de andre gruppene.

Begrensninger i datamaterialet

Datamaterialet som ligger til grunn for denne undersøkelsen er hentet fra KPI, men vareutvalget er noe begrenset i forhold indeksen for matvarer og alkoholfrie drikkevarer som inngår i KPI. Varene er derfor gruppert på en måte som er mer representativ for kiosker og bensinstasjoner, og er delt inn i følgende fem hovedgrupper: Meieriprodukter, Brød og kornprodukter, Sjokolade og andre sukkervarer, Andre matvarer og Alkoholfrie drikkevarer. Beregningsmetoden er tilnærmet den samme som for KPI, men indeksene i denne undersøkelsen er ikke stratifisert etter geografiske områder. På bakgrunn av nevnte forhold kan resultatene i denne analysen ikke direkte sammenlignes med indeksene som inngår i KPI.

Kiosker og bensinstasjoner rapporterer hovedsakelig priser på deres primærvarer, som er varer med størst omsetning. Vareutvalget er derfor ikke nødvendigvis det totale vareutvalget som omsettes. Dette medfører at det for enkelte varer til tider kan være relativt få prisobservasjoner, noe som øker usikkerheten i datamaterialet. Dette gjelder spesielt noen varer innen gruppen brød og kornprodukter. Gruppene det er knyttet minst usikkerhet til er meieriprodukter, sjokolade og andre sukkervarer, og alkoholfrie drikkevarer da produktene innen disse gruppene er relativt homogene og det er mange prisobservasjoner.

Vektinformasjonen er hentet fra forbruksundersøkelsen som beregner forbruksutgifter for en gjennomsnittshusholdning basert på kjøp i alle typer utsalgssteder. Forbruksutgiftene ville fordelt seg noe annerledes dersom de kun var beregnet på bakgrunn av kjøp av varer i kiosker og bensinstasjoner. Dette kan skape skjevheter i de aggregerte indeksene.

Prisene i dagligvareforretninger falt altså tilnærmet like mye eller mer enn i kiosker og bensinstasjoner for alle varegruppene både fra juni til juli 2001 og fra januar/februar 2001 til januar/februar 2002, med unntak av andre matvarer i sistnevnte periode. Men graden av overveltning i dagligvareforretninger var noe mindre for de fleste av gruppene i perioden januar/februar 2001 til januar/februar 2002 sammenlignet med juni til juli 2001. Vi ser dermed at det i et lenger tidsperspektiv ikke bare er prisutviklingen i kiosker og bensinstasjoner som er årsaken til at ikke hele momshalveringen kommer forbrukerne til gode. Heller ikke i dagligvareforretninger ser det ut til at momsreduksjonen fullt ut er overveltet i prisene for alle varegruppene.

Referanseliste

Johansen, Ingvild (2003): *Redusert matmoms - en analyse av prisutviklingen i kiosker og bensinstasjoner*. Rapport 2003/2.

Lavik, Randi (2002): *Prisendringer etter merverdiformen*, notat juli 2002, Statens institutt for forbruksforskning.

Østmoe, Jens Hermundstad (2002): *Avgiftsøkonomi - Merverdiavgiftsoverveltning*, Næringsøkonomisk institutt.