

## Oppdragsrapport nr. 5 - 2003

**Prisforskjeller og grensehandel mellom Norge og Sverige**  
-sammenlignende prisundersøkelser av utvalgte grensehandelsvarer, kjente merkevarer og alkohol 2002 og ulike grensehandelsundersøkelser.

Av  
Randi Lavik



**SIFO**

Statens institutt  
for forbruksforskning



<b>Tittel</b> Prisforskjeller og grensehandel mellom Norge og Sverige - Sammenlignende prisundersøkelse av utvalgte grensehandelsvarer, kjente merkevarer og alkohol 2002 og ulike grensehandelsundersøkelser	<b>Antall sider</b> 119	<b>Dato</b> 03.01.2003
<b>Forfatter(e)</b> Randi Lavik	<b>Prosjektnummer</b> 2002-10	<b>Faglig ansvarlig sign.</b>
<b>Oppdragsgiver</b> Norges Forskningsråd		
<b>Sammendrag</b> I rapporten presenteres prisforskjeller på typiske grensehandelsprodukter, kjente merkevarer og alkoholholdige drikkevarer. I tillegg presenteres utviklingen i prisnivå i Norge og Sverige sammenlignet med EU spesielt, samt utviklingen i prisnivå for alle EU-land pluss Norge. Til slutt presenteres en del undersøkelser om de norske forbrukeres grensehandel.		
<b>Stikkord</b> Grensehandel, prisforskjeller, prisnivå, mat, alkohol, merkevarer, grensehandletferd		



# Prisforskjeller og grensehandel mellom Norge og Sverige

- sammenlignende prisundersøkelser av utvalgte grensehandelsvarer, kjente merkevarer og alkohol 2002 og ulike grensehandelsundersøkelser

av

Randi Lavik

2003

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING  
postboks 4682 Nydalen, 0405 Oslo



## Forord

Dette er en delrapportering i et større prosjekt; "Fenomenet grensehandel – rasjonalitet mer enn galskap?" finansiert av Norges Forskningsråd. Det er et samarbeidsprosjekt mellom Norsk senter for bygdeforskning (Bygdeforskning) og Statens institutt for forbruksforskning (SIFO). Fra Bygdeforskning arbeider forskerne Gro Follo og Oddveig Storstad på prosjektet, og fra SIFO forskerne Runar Døving og Randi Lavik. Lavik er prosjektleder.

Innsamling av data foregikk hovedsakelig høsten 2002. Følgende typer data er samlet inn: Prisdata, surveydata av et utvalg grensehandlere fra Strømstad kommune, antropologiske observasjoner og kvalitative intervjuer av grensehandlere i Finland og Strømstad kommune i Sverige.

Pr. mai 2003 er følgende delrapporteringer publisert:

*Prisforskjeller og grensehandel mellom Norge og Sverige* – sammenlignende prisundersøkelse av utvalgte grensehandelsvarer, kjente merkevarer og alkohol 2002 og ulike grensehandelsundersøkelser (Randi Lavik). Oppdragsrapport nr 5-03 SIFO.

*Grenselinje-landet — grensehandel mellom handel og tur* (Gro Follo). Rapport 2/03. Norsk senter for bygdeforskning.

*Grensehandel - forbrukerfest eller politisk protest?* (Oddveig Storstad). Rapport 3/03, Norsk senter for bygdeforskning.

*Grensehandel i sameland* (Runar Døving). Prosjektnotat nr 4-03 SIFO.

Disse fire publikasjonene utgjør samlet sett en bred beskrivelse og analyse av grensehandel som fenomen, og framstår som den første dyptgående og helhetlige samfunnsvitenskapelige analyse av nordmenns grensehandel.

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING

Oslo, mai 2003





# Innhold

Forord.....	5
Innhold .....	7
Sammendrag.....	9
1 Innledning.....	13
1.1 Introduksjon .....	13
1.2 Litteratur om grensehandel .....	14
2 Om prisundersøkelser .....	17
2.1 Innledning .....	17
2.2 Sammenlignende prisundersøkelse - et forbrukerperspektiv .....	18
2.3 Metodisk opplegg for gjennomføring av prismålingene .....	19
2.3.1 Vareutvalg - Dagligvarer.....	19
2.3.2 Merkevarer – både norske og internasjonale.....	21
2.3.3 Vareutvalg – Alkoholvarer.....	21
2.3.4 Stedsvalg.....	22
2.3.5 Butikkvalg.....	22
2.3.6 Prisregistreringene.....	23
2.4 Beregningsmåter Billigere enn - eller dyrere enn.....	23
3 Prisforskjeller utvalgte grensehandelsvarer .....	25
3.1 Prisforskjeller mellom Norge og Sverige.....	25
3.2 Prisforskjeller mellom Oslo og Göteborg og mellom Oslo og Strømstad.....	33
3.3 Importerte varer til Sverige .....	38
4 Prisforskjeller på merkevarer.....	43
4.1 Innledning .....	43
4.2 Avgifter, toll, eksportstøtte og valuta.....	44
4.2.1 Merverdiavgift.....	44
4.2.2 Særavgift og toll.....	44
4.2.3 Eksport fra Norge til Sverige (EU) .....	45
4.2.4 Valuta .....	45
4.3 Resultater og diskusjon .....	46
4.3.1 Resultater prisforskjeller .....	46
4.3.2 Diskusjon.....	47
4.4 Dataanalyse .....	48
4.4.1 Prisforskjeller mellom Sverige og Norge.....	48
4.4.2 Prisforskjeller mellom Strømstad og Norge (Oslo), og Göteborg og Norge .....	51
4.4.3 Prisforskjeller mellom Norge og Sverige – korrigert for avgifter og toll.....	54
5 Prisforskjeller på alkohol .....	57
6 Prsnivåutvikling på mat og alkohol i Norge og Sverige .....	61
6.1 Mat .....	61
6.2 Alkohol.....	62
7 Utviklingen i prisforskjeller – varegrupper og land i Europa .....	65
8 Grensehandelsundersøkelser.....	73
8.1 Gfk 2000-2002 .....	73

8.1.1	Handleturer til Danmark, Sverige og Finland fordelt på måned og dag.....	73
8.1.2	Hvilke produkter man handler.....	76
8.1.3	Hvor mye man handler for .....	78
8.1.4	Hvor mye man handler for i Sverige etter måned og dag.....	79
8.1.5	Hvor kommer man fra i Norge når man handler i Sverige? .....	80
8.1.6	Hvor mye man handler for i Sverige etter fylke.....	81
8.2	MMI og Gallup .....	82
8.2.1	MMI 1999-2000 .....	83
8.2.2	Gallup 2001-2002.....	83
8.2.3	Gallup 1999 og 2003 .....	83
8.2.4	Hvilket land man reiser oftest til? .....	84
8.2.5	Grensehandel i Sverige etter fylke .....	84
8.2.6	Endring 1999 til 2003.....	86
8.2.7	Hvor mye man handler for i Sverige etter fylke.....	89
8.2.8	Alder.....	91
8.2.9	Kjønn.....	92
8.2.10	Inntekt .....	94
8.2.11	Fremkomstmiddel.....	95
8.2.12	Handel i Sverige og politisk stemmegivning .....	96
9	Eksempler på hvor mye mindre man kan bruke .....	99
10	Metodediskusjon .....	107
	Litteratur.....	111
	Vedlegg.....	115

## Sammendrag

I denne rapporten presenteres resultater fra en sammenlignende prisundersøkelse for Norge og Sverige på typiske grensehandelsvarer. Prisene ble registrert i oktober 2002. I Norge ble prisene hentet inn i Oslo i 10 kjedebutikker, mens i Sverige ble prisene registrert i både Strømstad kommune og Göteborg (9 ulike butikker). I tillegg registrerte vi prisene på enkelte kjente merkevarer. Også prisforskjeller på alkoholholdige varer er registrert. Vi har dessuten sett på prisnivå i Norge og EU-land. Vi presenterer også resultater fra enkelte grensehandelsundersøkelser, stort sett avgrenset til Sverige. Disse er gjennomført av hhv Gfk, Gallup og MMI.

*I kapittel 1 presenteres generell litteratur om grensehandel.* For eksempel hvilke motiv man har for å reise over en grense for å handle varer man tar med seg hjem. Det er tre hovedmotiv som synes generelle; det er en tur for hyggens skyld, det er hygge kombinert med økonomi, og det er rene økonomiske motiv. Grensehandel oppstår mellom to land når prisforskjellene blir tilstrekkelig store, og/ eller at man finner andre varer i landet man grensehandler i enn det man har hjemme. Grunner til prisforskjeller kan være mange. Mellom Norge og Sverige kan prisforskjellene skyldes forskjellig kostnadsnivå, handelspolitikk, landbrukspolitik (subsidiar, toll og kvoter), forskjellig avgiftsnivå (generelle avgifter og /eller særavgifter), valutamessige forhold, store avstander, klimamessige forhold, forutsetninger for matvareproduksjon, etc.

*I kapittel 2 gir vi en oversikt over hvilke varer som er med i prisundersøkelsen og metodiske utfordringer ved sammenligning av priser på varer.* Vi har 49 dagligvarer som er mer eller mindre typiske grensehandelsvarer, 24 merkevarer og 28 alkoholholdige varer. Når vi ser på prisforskjellene beregner vi gjennomsnittsprisene på produktene i hvert land og regner så ut prosentvis forskjell mellom disse. Vi har valgt Norge som sammenligningsland, så hele tiden vil prosentene angi hvor mye billigere (eller evt. dyrere) Sverige er sammenlignet med Norge.

*I kapittel 3 presenteres prisforskjellene på grensehandelsvarene.* Total gjennomsnittlig forskjell på grensehandelsvarene var 47 prosent lavere i Sverige enn i Norge. Gruppen fjørfe er 61 prosent billigere i Sverige enn i Norge. Den største prisforskjellen finner vi på frosne kyllingvinger, som er 82 prosent lavere i Sverige enn i Norge. Gjennomsnittsprisen i Sverige er 16 kroner, mens den i Norge er 90 kroner. Gruppen "andre varer" er gjennomsnittlig 55 prosent billigere (spesielt bokser med Coca Cola, te, sigaretter, etc), bearbeidet kjøtt er 53 prosent billigere, storfekjøtt er 46 prosent billigere, svin er 45 prosent billigere mens meieriprodukter er 31 prosent billigere i Sverige enn i Norge.

De fleste av disse produktene ble også prisregistrert i 1999. I 1999 var prisene gjennomsnittlig 40 prosent lavere i Sverige enn i Norge, mens i 2002 var de samme varene 45 prosent lavere. Så selv med redusert merverdiavgift på mat 1. juli 2001 i Norge, økte likevel prisforskjellene. Denne økningen skyldtes blant annet valutamessige forhold.

Enkelte produkter har lavere gjennomsnittspris i Strømstad enn i Göteborg. Gjennomsnittet for de seks varegruppene var 48 prosent lavere i Strømstad enn i Oslo og 46 prosent lavere i Strømstad. Det er spesielt kjøtt som er noe lavere i Strømstad enn i Göteborg. Noe av dette skyldes mer importerte varer til Strømstad, men det er også prisforskjeller mellom Göteborg og Strømstad på svenskproduserte varer. Det er grunn til å tro at Strømstad driver en offensiv priskonkurranse overfor det norske markedet.

*I kapittel 4 presenteres prisforskjeller på merkevarer.* Spesielt utenlandske merkevarer burde det i prinsippet ikke være store prisforskjeller på. På 11 internasjonale merkevarer av mat var prisforskjellene gjennomsnittlig 22 prosent lavere i Sverige enn i Norge. Enkelte produkter var over 30 prosent billigere som Afer Eight, O'boy refill og Pasta Buitoni Eliche. Også 9 internasjonale merkevarer av non-food var gjennomsnittlig 22 prosent lavere i Sverige enn i Norge. To sjampo-typer var omtrent 30 prosent lavere; L'Oreal shampoo og Wella shampoo. 4 norske merkevarer var gjennomsnittlig 17 prosent lavere, hvor Jordan tannbørste (active tip medium) var 28 prosent billigere i Sverige enn i Norge, mens minste forskjell var kun 7 prosent (Pizza Grandiosa). Enkelte av disse merkevarene har toll til Norge og spesielle særavgifter (eks sjokolade). Selv når vi korrigerer for dette var prisforskjellene fortsatt store. Mye av disse forskjellene skyldes valutaforskjeller som i oktober 2002 var svært stor. Valutakursen var da ca 81 NOK for 100 SEK. En sterk krone skal i prinsippet gi lavere priser på importerte varer til Norge. Den sterke kronen så altså ikke ut til å ha kommet de norske forbrukerne til gode – ved kjøp av importerte merkevarer i Norge.

*I kapittel 5 vises prisforskjellene på alkoholholdige varer.* I september-oktober 2002 var prisforskjellen 27 prosent lavere for brennevin, og 39 prosent lavere for vin for vårt utvalg.

*I kapittel 6 har vi presentert prisnivåutvikling på mat og alkohol i Norge og Sverige i perioden 1994 til 2001.* Dette er generelle prisnivåer som Statistisk sentralbyrå presenterer. Prisnivået er målt i forhold til EU, som er lik 100. I 1994 var prisnivået på mat for Norge sammenlignet med EU på 137, mens tilsvarende tall for Sverige var 125. I 2001 var prisnivået for mat for Norge sammenlignet med gjennomsnittet for EU på 154, mens tilsvarende tall for Sverige var 113. Dette betyr ikke at prisen på mat i Norge har økt (realprisen har gått ned), men at avstanden til EU har økt for Norge sammenlignet med Sverige.

Samme mønster ser vi for alkohol. I 1994 var prisnivået for Norge sammenlignet med EU på 225, mens tilsvarende tall for Sverige var 184. I 2001 var prisnivået for alkohol for Norge sammenlignet med EU på 272, mens det for Sverige var 164. Igjen er det ikke slik at prisen på alkohol har økt i Norge, men at avstanden til EU har økt sammenlignet med Sverige. Etter at Sverige ble medlem av EU i 1994 har disse tilnærmet seg prisene til et EU-nivå, noe som i mindre grad har skjedd i Norge.

*I kapittel 7 har vi sett på utviklingen i prisforskjeller for enkelte varegrupper og land i Europa i 1985 og 2001.* I 1985 var prisnivået for *totalt forbruk* i Danmark, Sverige, Finland og Norge ganske likt, selv om også da lå Norge noe over (sammenlignet med EF). Norden hadde det høyeste prisnivået i Europa for totalt forbruk, mens land i Syd-Europa lå lavest. I 2001 hadde Sverige og Finland nærmet seg et EU-gjennomsnitt, mens Norge hadde økt sin avstand til EU. For *matvarer* var også avstanden til EU størst for Norges vedkommende i 2001, og også for undergruppen kjøtt. Sverige, Finland og Norge lå svært høyt i forhold til EF i 1985, mens i 2001 har Sverige og Finland redusert avstanden til EU betraktelig, mens Norge befinner seg nesten på topp når det gjelder kjøtt, kun forbigått av Sveits. Alkohol viser samme mønster, Norge på topp både i 1985 og 2001, selv om alle de nordiske landene har nærmet seg EU i 2001 sammenlignet med EF i 1985. I 2001 var alkoholindeksen til Sverige på 164, dvs 64 prosent høyere i Sverige enn gjennomsnittet for EU, mens for Norges vedkommende var indeksen på 272, dvs 172 prosent høyere prisnivå i Norge sammenlignet med gjennomsnittet for EU, det vil igjen si at alkoholholdige varer i Sverige er betraktelig billigere enn i Norge. Tobakksnivået i Norge er også det høyeste i Europa, 121 prosent høyere enn gjennomsnittet for EU, mens Sverige er 19 prosent høyere enn EU.

Disse prisforskjellene mellom Norge og andre land i Europa, og spesielt prisforskjellene mellom Norge og Sverige, forklarer mye av grensehandelen til Sverige. Av alle de 15 EU-landene pluss Norge, er det flest nordmenn som har grensehandlet. 52 prosent av nordmennene hadde handlet i et annet land i løpet av de siste 12 månedene, til sammenligning 39 prosent av danskene (høyeste andel i EU). Gjennomsnittet for grensehandlere i EU var 13 prosent. Så selv om nordmenn i perioden 1999-2001 kun brukte 11,4 prosent av sine totale

forbruksutgifter på mat og alkoholfri drikke<sup>1</sup>, noe som er svært lavt sammenlignet med resten av verden, er det likevel mange som reiser til bl.a. Sverige for å handle.

*I kapittel 8 presenteres flere grensehandelsundersøkelser (Gfk, MMI og Gallup). I undersøkelsen fra Gfk har vi data for 2000, 2001 og 2002 der handleturer til blant annet Sverige er registrert (dagbok). Handleturene fordeler seg jevnt over hele året, noe færre i januar, og noen flere i sommermånedene. Av dagene er det lørdag som er den hyppigste handledagen, spesielt i 2002 (20 prosent), noe som kan skyldes at 1. juli 2001 ble det åpnet opp for lørdagsåpne Vinmonopol (Systembolag) i Sverige. Ca 9-10 prosent av handleturene er lagt til søndager (i Sverige er det tillatt med søndagsåpne butikker).*

Kjøttvarer er den produktgruppen som handles oftest i Sverige (71 prosent av turene i 2002). Det er mange som handler tobakk (43 prosent av turene i 2002 hadde det vært kjøpt tobakk, og 32 prosent vin/sprit. I siste halvdel av 2001 økte andelen som kjøpte vin og/eller brennevin, fra 23 prosent første halvår til 35 prosent siste halvår.

Østfold er det fylket som størst *prosentandel* av grensehandlere til Sverige kommer fra. I 2003 svarte 81 prosent at de hadde handlet dagligvarer i Sverige minst en gang i løpet av de siste 6 månedene. Deretter følger Hedmark med 60 prosent, etterfulgt av Akershus, Telemark, Vestfold, Oslo og Buskerud. Fra Nord-Trøndelag hadde 32 prosent handlet dagligvarer i løpet av de siste 6 månedene (Gallup). Grensehandlerne fra Østfold og Hedmark handler oftest. I *antall* er det imidlertid flere hushold fra Oslo og Akershus som har handlet dagligvarer i Sverige i løpet av de siste 6 mnd.

Andel som handler i Sverige har økt noe i perioden 1999 til 2003. Avgrenset til østlandsområdet hadde 44 prosent handlet i Sverige i løpet av siste halvår, en andel som hadde økt til 52 prosent i 2003. De som grensehandler, handler også oftere i 2003 enn 1999. Blant dem som handlet fra østlandsområdet, handlet 56 prosent oftere enn en gang i 1999, en andel som hadde økt til 68 prosent i 2003 (Gallup). Dessuten handler de for mer. I 2000 var gjennomsnittlig handleturn av husholdsvarer kr 762, mens den i 2002 var kr 869 (Gfk)<sup>2</sup>.

Personer i de midterste aldersgruppene handler oftere i Sverige enn de yngste og eldste. Ellers er det ingen forskjeller på menn og kvinner. Dette skyldes antakeligvis at mange par reiser sammen for å handle. Inntekt viser liten sammenheng med grensehandel. Personer som stemmer Fremskrittspartiet er noe overrepresentert blant grensehandlerne i Sverige i forhold til stemmegivning i befolkningen, mens Kristelig Folkeparti, Venstre og Senterpartiet er underrepresentert.

*I kapittel 9 presenterer vi fire tenkte regneeksempler på hvor mye mindre man kan bruke ved å handle i Sverige i stedet for Norge. Da har vi også lagt inn noen kostnader ved en handleturn. Alle fire eksemplene er 2 voksne personer som reiser 200 km.*

Kjøper man kostbare varer, eller mye av varer som enkeltvis koster lite, betaler man mye mindre beløp i Sverige enn i Norge. Men å si en har "spart" disse pengene vil være feil. Det er ikke sikkert man ville kjøpt disse produktene i Norge. En såkalt "prisbevisst" forbruker tenker ikke på hva en sparer, men på hva en bruker.

Det er ikke alltid hvor store prosentforskjellene er som er viktig når man skal være såkalt "prisbevisst". Ved evt besparelser vil det være av større interesse å se på de kronemessige beløpene, og ikke så mye prosentforskjeller. Et produkt til lav pris kan ha store prosentforskjeller i pris, mens kronemessige utgjør det minimalt, mens et produkt til høy pris kan prosentforskjellene være mindre, men den kronemessige forskjellen kan likevel bli vesentlig.

<sup>1</sup> <http://www.ssb.no/emner/05/02/fbu/>

<sup>2</sup> Disse gjennomsnittstallene er noe lave, fordi også småkjøp er registrert, som når man har vært i Sverige i et annet ærend og så kjøpt ett eller to mindre produkter som man har tatt med seg hjem – se for øvrig metodekapittel.

**Noen eksempler på hvor mye mindre man betaler på varer kjøpt i Sverige sammenlignet med Norge:**

Kjøp for to personer	<i>Eksempel 1 – ikke kjøpt alkohol – kjøpt 3 kg kjøtt pr person - sammenligner høyeste pris i Strømstad med laveste i Oslo (et lite "prisbevisst" par)</i>	<i>Eksempel 2 – ikke kjøpt alkohol – kjøpt 3 kg kjøtt pr person, sammenlignet gjennomsnittspriser i Strømstad og Oslo</i>	<i>Eksempel 3 – kjøpt alkohol – kjøpt 3 kg kjøtt pr person, sammenlignet gjennomsnittspriser i Strømstad og Oslo</i>	<i>Kjøp for 2 personer</i>	<i>Eksempel 4 – kjøpt alkohol – kjøpt 10 kg ost og eller kjøtt pr person (ny kvote) – sammenlignet gjennomsnittspriser i Strømstad og Oslo</i>
4 kg indrefile okse	-58,52	314,72	314,72	8 kg indrefile okse	629,44
2 kg indrefile svin	108,98	183,34	183,34	4 kg indrefile svin	366,68
4 kg greddeost	78,76	132,76	132,76	4 kg greddeost	132,76
48 egg	6,44	37,88	37,88	48 egg	37,88
Te 600 "bags"	135,96	193,32	193,32	Te 600 "bags"	193,32
Coca Cola 96 box	520,32	653,76	653,76	Coca Cola 96 box	653,76
400 Prince mild	486,20	522,60	522,60	400 Prince mild	522,60
				4 kg fr. kyllingfile	503,04
2 fl Hennessy XO 0,7 l			529,84		529,84
1 boks Gato Negro Cabernet Sauvignon			140,02		140,02
"Bespargelsen" i NOK	1278,14	2038,38	2708,24		3709,34
Minus kostnader	-390,00	-390,00	-390,00		-390,00
"Bespargelsen" totalt i NOK	888,14	1648,38	2318,24		3319,34
Prosent lavere i Sverige enn i Norge	24%	30%	36%		39%

Forutsetningen for store "besparelser" er at handlebeløpet er av en viss størrelse. Jo mindre man handler for og jo lengre man reiser, jo mindre blir den såkalte "besparelsen" dersom ikke turen i seg selv er viktig. Reiser man fra Oslo til Strømstad kun for å handle, og kjøper for 500 NOK, sparer man ingenting etter man har trukket fra reiseutgifter, og ved sammenligning av for eksempel laveste pris i Norge med høyeste pris i Strømstad.

*I kapittel 10 har vi diskutert ulike metoder for å anslå grensehandelen, noe som har vist seg vanskelig.* Ulike metoder gir ulike svar, noe som i og for seg er trivielt. Hvordan utvalget foretas, hvordan selve registreringen skjer, spørsmålsformulering, hvilke varer som inngår, osv, har betydning for hvilke resultater man får. F.eks viste Gfk sin undersøkelse fra 2002 at gjennomsnittlig handletur ble det bruk kr 869, en telefonundersøkelse fra Gallup 2003 viste at det gjennomsnittlig ble bruk kr 1.264 på dagligvarer handlet i Sverige, mens en egen grensehandelsundersøkelse i 2002 (Storstad 2003) ble det brukt kr 1.704. Dette er store forskjeller. I Gfk var innsamlingsmetoden dagbokregistrering blant et representativt utvalg. Her ble også svært små kjøp registrert. Produktene var vanlige husholdsprodukter. I Gallups undersøkelse skulle man huske tilbake et halvt år, vareutvalget var avgrenset til dagligvarer, og de svært små kjøpene inngikk ikke i disse beløpene. Utvalget var representativt. I Storstad sin undersøkelse ble respondentene rekruttert mens de handlet i en dagligvarebutikk. Her var det stor kjøperne som svarte, og dagligvareprodukter var sannsynligvis overrepresentert. Utvalget var ikke representativt for de norske grensehandlerne, og området var avgrenset til Strømstad kommune. Det er derfor ingen av disse metodene som egner seg for å estimere omfang av grensehandelen. Dette har vi heller ikke gjort.

# 1 Innledning

## 1.1 Introduksjon

Denne rapporten som er en del av et større prosjekt – Fenomenet grensehandel - finansiert av Norges Forskningsråd. Rapporten omhandler prisundersøkelser av typiske grensehandelsprodukter, kjente merkevarer og alkoholvarer i 2002. Den inneholder også utviklingen i prisnivået mellom Norge og Sverige, samt Norge og EU. I tillegg finnes en del undersøkelser om forbrukernes grensehandel, spesielt i Sverige som blir referert til, og helt til slutt har vi foretatt noen beregninger på hvor mye mindre man bruker når man handler i Sverige sammenlignet med tilsvarende varer i Norge.

Utgangspunktet for hele prosjektet er den økende interessen som er rettet mot grensehandelen mellom Norge og Sverige fra presse, politikere, næringsdrivende - og ikke minst - forbrukerne. Det er en almen oppfatning at det finnes relativt store prisforskjeller på en del varer, som for eksempel enkelte matvarer, på tobakksvarer og alkoholholdige drikkevarer. I 1999 gjennomførte vi ved SIFO en sammenlignende prisundersøkelse mellom Norge og Sverige, og fant betydelige forskjeller på typiske grensehandelsprodukter (Lavik og Dulsrud 2000). Mye tyder på at prisforskjellene har ført til betydelig handelslekkasje fra Norge til spesielt Sverige, selv om det er vanskelig å anslå omfanget av den. Det er også handelslekkasje til andre land, blant annet Danmark. I nord har man dessuten handelslekkasje til Finland, som også har en viss interesse. Stort sett vil vi imidlertid konsentrere oss om grensehandelen mellom Norge og Sverige.

Hvor mye forbrukerne "sparer" på å handle enkelte varer i Sverige er problematisk å måle. Generelt kan man si at jo større betydning varene har i husholdsbudsjettet, jo mer vil det være å spare. Hvor mye en sparer ved å kjøpe relativt kostbar mat billigere i Sverige, er også et vanskelig spørsmål. Det kan tenkes at når indrefiletten er billigere i Sverige, kjøper man dette til middag, men en ville ikke kjøpt dette til middag i Norge. På denne måten kan også forbruket dreies i bestemte retninger på grunn av prisforskjeller.

En bør også ta i betraktning innsatskostnader. Jo lengre avstander en må reise, jo større blir innsatsen og mindre blir besparelsen eller utbyttet. Dessuten kan en handle varer en i utgangspunktet ikke hadde tenkt å kjøpe, såkalte impuls kjøp. Ved salg eller tilbud, eller hvis en oppfatter enkelte varer som ekstra billige, har forbrukere gjerne en tendens til å tenke hva man "sparer" i stedet for hva man "braker" (Lavik 1990). På den annen side behøver ikke utbyttet av en handletur nødvendigvis være av rent økonomisk karakter. En handletur til Sverige kan også være forbundet med det å "ta en tur", spesielt siden Sverige holder søndagsåpent i motsetning til Norge. Dagens søndagstur kan derfor kombineres med en handletur i utlandet. Selv om Systembolaget i Sverige som Vinmonopolet i Norge er stengt på søndager<sup>3</sup>, er det også mange forbrukere som kommer sjøveien, og har da anledning å handle alkoholvarer om bord på båten.

---

<sup>3</sup> Fra år 2000 hadde Sverige igangsatt en prøveordning med enkelte lørdagsåpne polutsalg, men prøveordningen innbefatter ikke pol nær grensen. Tidligere hadde Sverige lørdagsstengte vinmonopol, en ordning som ikke gjelder lengre. Fra 1. juli 2001 holdt Systembolaget også åpent på lørdager i hele Sverige.

Grensehandel definerer vi som handel i et annet tilgrensende land for å konsumere det i hjemlandet. Om man reiser for å handle og kombinerer det med en tur, eller tar en tur og dessuten handler, vil handelen i begge tilfeller bli definert som grensehandel. Nordmenn på ferie i andre land som handler og konsumerer varer der, er ikke grensehandel.

Grensehandel er ikke noe ensidig norsk fenomen. Man finner grensehandel mellom en rekke land, f.eks mellom Sverige og Danmark, mellom Danmark og Tyskland, mellom Canada og USA, osv. I en undersøkelse fra EU i 2002 viser at 13 prosent av EU-forbrukere hadde grenshandelt minst en gang i løpet av de siste 12 månedene (EUROBAROMETER 2002)<sup>4</sup>.

Grensehandel oppstår gjerne når man finner varer på andre siden av grensen som enten er billigere eller er annerledes enn det man får i sitt eget land. Grensehandel kan også gå begge veier. Svensker handler for eksempel brød og bakervarer i Norge (Ericsson 2001), men dette er neppe på grunn av pris ettersom prisnivået på brød og kornprodukter har vært vesentlig høyere i Norge enn i Sverige (Bruksås et al 2001, SSB 2002<sup>5</sup>).

Flere undersøkelser viser at det er pris som har vært og er hovedbegrunnelse for at forbrukerne krysser grensen til Sverige for å handle (HFU 1988, Opinion 1999).

Grunnen til prisforskjeller mellom land er mange. Det kan være avgifter (merverdiavgift og/eller særavgifter), næringspolitikk og landbrukspolitikk (subsidier, toll, kvoter), kostnadsnivå i et land, valutamessige forhold, topografiske og klimamessige forhold, etc.

## 1.2 Litteratur om grensehandel

Grensehandel, eller det å handle i et grensetilhørende land for å ta varer med seg hjem, kan også være turisme, en tur, eller at man shopper ut fra et opplevelsesmotiv. Turisme er en rekreasjonstur, en hyggelig fritidsaktivitet. Et resultat av en slik tur kan være shoppingvirksomhet. Da behøver ikke prisen være avgjørende. Timothy and Butler (1995) har utviklet et system for å definere grensehandleren ut fra hvilke motiver de har. Ut fra disse inndelingene får de følgende kategorier av grensehandlere.

Lengde på oppholdet Motiv:	Oppholder seg en natt eller lengre i det andre landet	Returnerer samme dag
Hygge	Disse synes det er hyggelig å handle, gjerne "window shoppers", besøker turiststeder, museer, restauranter etc	Motivert av hyggen ved å shoppe, er mindre turister siden de oppholder seg der kort tid. Det er turen som er det viktigste
Hygge og økonomi	Liker å shoppe, men er også opptatt av økonomiske motiv	Kombinasjon av glede og økonomi – om man reiser til utlandet fordi der er billigere samtidig som man synes det er hyggelig, eller om reiser til utlandet for en liten tur, og samtidig kjøper noe som er billigere – vanskelig å skille
Økonomi	Ønsker å spare penger, og trenger litt mer enn en dag (kanskje hvis de har et stykke å reise)	Ren økonomi. Disse kan ikke defineres som turister, da de mangler lengde på opphold og hyggeaspektet

Figur 1-1 Typer av grensehandlere (Timothy and Butler 1995)

<sup>4</sup> [http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p\\_action.getfile=gf&doc=IP/02/1683|0|RAPID&lg=EN&type=PDF](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh?p_action.getfile=gf&doc=IP/02/1683|0|RAPID&lg=EN&type=PDF)

<sup>5</sup> [www.ssb.no/pppvare/main.html](http://www.ssb.no/pppvare/main.html)



I dette prosjektet vil vi også diskutere de turmessige elementene ved grensehandel i tillegg til de økonomiske motivene. De økonomiske motivene kan også inneholde glede, som gleden ved det god kjøp.

Grensehandel fremstår gjerne som et problem for det landet eller de områder som blir utsatt for handelslekkasjen. Landet taper provenyinntekter, mens handelen taper inntekt. Ofte er det lavere priser på den andre siden av grensen som lokker, men også andre motiver for å handle i et annet land kan være viktige. Handleturene kan ha preg av turisme, man tar en tur. Også forskjellige rammebetingelser i to land kan føre til at grensene krysses. For eksempel om søndagsåpent er tillatt i ett land og ikke et annet. Hvis søndagsåpent praktiseres, kan det bidra til grensehandel. Dette er for eksempel tilfelle for Norge og Sverige, der mange holder søndagsåpent i Sverige der det er tillatt, mens i Norge er det kun dagligvarebutikker som ikke er større enn 100 kvm og bensinstasjoner som ikke er større enn 150 kvm som kan holde søndagsåpent (Lavik og Strand 1997 og Lavik et al 2003). Det er da også mange som reiser til Sverige for å handle på søndager, evt at de kombinerer det med en tur. Dette er også tilfelle i andre land, for eksempel mellom USA og Canada, der mange i grensenære områder i Canada reiser til USA for å handle (Timothy and Butler 1995). I USA var det søndagsåpent, prisene var lavere pga større konkurranse, skattene var lavere i USA og den canadiske dollaren var sterk. For å motvirke denne grensehandelen ble søndagsåpent tillatt i provinsen Ontario som grenser til USA. Canada innførte også skatter og avgifter på produkter som ble tatt med over grensen, samt at kasino ble tillatt (gambling).

Hva er imidlertid en grense mellom to land? Internasjonale grenser er usynlige, vertikale plan som går igjennom luftrommet, jordgrunnen mellom tiliggende stater, og markerer territoriale grenser der statene utøver suveren autoritet (Timothy 1995). Ofte fungerer det som filtre eller barrierer mot uønsket påvirkning. Selv om grensene er usynlige, er posisjonen deres likevel markert med ulike former for stengsler, gjerder, murer, velkommenskilter eller varselkilter, flagg, malte striper på veien osv. Det blir hevdet at i globaliseringens fremvekst får grensene mindre betydning som hinder for folks reiser og handel mellom land. Et trekk ved globaliseringen er at det endrer muligheter for nasjonal politisk styring av økonomien (Thörn 1999). Forbrukerne blir samtidig mer mobile og reiser over landegrensene som turister og for å handle.

Det er en rekke grunner til at forbrukerne reiser til et annet land i den hensikt å handle. Det er lavere priser, gunstige valutakurser, media skriver mye om grensehandel, osv. Grunnen til prisforskjeller kan som nevnt være mange, som forskjellig kostnadsnivå, forskjellig effektivitet i produksjonen, forskjellige avgifter, forskjeller i import- og eksportrestriksjoner, osv. Slike faktorer kan muligens beskrives i termer av "push" og "pull". "Push" faktorer er krefter som får folk til å forlate hjemlandet, mens "pull" faktorer er eksterne krefter som trekker folk til et sted (Di Matteo and Di Matteo 1996). Høye priser i et land sammenlignet med et annet, som høyere kostnader, høyere skatter og avgifter, manglende valgmuligheter vil være eksempler på "push" faktorer, mens alternative shoppingfasiliteter og fordelaktige vekslingskurser vil være eksempler på "pull" faktorer. Endringer i valutakursene kan fort påvirke grensehandelen, slik det skjedde mellom Canada og USA i begynnelsen på 90-tallet da den canadiske dollaren sank i forhold til US-dollaren, og grensehandelen ble redusert. Også andre grunner bidro til en reduksjon i grensehandelen i den perioden. Prisforskjellene mellom Canada og USA på bensin ble mindre, handelen på den canadiske siden ble mer konkurransedyktig og myndighetene kjørte kampanjer for å få de canadiske forbrukerne til å handle i hjemlandet i stedet for å grensehandle (Di Matteo and Di Matteo 1996). Når et land svarer med tiltak for å redusere handelslekkasje, er det eksempler på å redusere "push" faktorene.



## 2 Om prisundersøkelser

### 2.1 Innledning

I denne delen skal vi se på prisene på et utvalg av typiske "grensehandelsprodukter" som nordmenn kjøper i Sverige. Vi har også sett på prisforskjeller på kjente merkevarer, som er utgitt i et eget notat (Lavik og Dulsrud 2003). Dette notatet er tatt inn som et kapittel i denne rapporten. Dette var ikke nødvendigvis typiske grensehandelsprodukter, men vi fant også relativt store prisforskjeller her, godt over 20 prosent lavere pris i Sverige enn i Norge. I tillegg har vi sett på prisforskjeller på et utvalg av alkoholvarer.

Forskjeller i pris er en drivkraft for at nordmenn reiser til Sverige for å handle, både ordinære dagligvarer som benyttes i den daglige husholdning, men også "luksusvarer" som en kanskje ikke ville sett seg råd til å kjøpe i Norge, i alle fall ikke ofte. Dette er bakgrunnen for noen av de valgene vi har gjort med hensyn til vareutvalget. Det er viktig å presisere at vareutvalget vårt *ikke* er noen representativ handlekurv for den gjennomsnittlige norske husholdning!

Vi begrenser oss til varegruppene storfekjøtt, svinekjøtt, kalkun/kylling, foredlet kjøtt, meieri-varer og noen andre varer som for eksempel drikke, snacks, tobakksvarer og alkoholvarer. Det er et strategisk, skjønnsmessig utvalg, gjort på bakgrunn av samtaler med folk i varehandelen, samtaler med enkelte forbrukere fra Østfold som handler en del i Sverige, undersøkelser som er foretatt (bl.a. Birgitta Ericsson 1997), samt egne erfaringer etter besøk over grensen. Selv om vi har begrenset vareutvalget til spesielt å gjelde grensehandelsvarer, er det viktig å være klar over at flere av varene utgjør en vesentlig del av dagligvarene i den norske husholdning, som for eksempel kjøttprodukter, pålegg og meieriprodukter.

Vi vil også se om vi kan identifisere forskjeller innen landene, om det er forskjeller mellom typiske grenseområder og andre områder.

Å sammenligne priser er ikke uten videre enkelt innen ett og samme land (Lavik 2000, 2001), og enklere blir den ikke når sammenligningen går over landegrensene. Når man sammenligner priser, bør man i prinsippet sammenligne varer som er identiske. Selv i samme land byr dette på problemer, ettersom butikkene/kjedene fører forskjellige varemerker, som igjen kan ha forskjellig kvalitet, forpakkingsstørrelse og forpakkingsmåte kan være forskjellig, som igjen kan ha betydning for enhetsprisen. Dette kan i enda større grad gjelde når man sammenligner mellom land.

## 2.2 Sammenlignende prisundersøkelse - et forbrukerperspektiv

I denne analysen av grensehandelen med Sverige har vi anlagt et forbrukerperspektiv. Vi antar at prisforskjellen mellom Norge og Sverige er den viktigste grunnen til å handle på andre siden av grensen<sup>6</sup>. Det betyr at vi ønsker å fokusere på de varene der prisforskjellen er antatt størst, samtidig som det bør være varer som har en viss betydning i vårt forbruk. Vareutvalget vårt består altså av varer det omsettes mye av. Målet har vært å få med seg flest mulig av disse varene, selv om vi vet at forbrukerne ofte plukker med seg "nogo attåt" når de først er ute og handler. Vår analyse kan derfor ikke oppfattes som en analyse av de generelle prisforskjellene mellom Norge og Sverige. I så fall måtte vi ha konstruert en handlekurv som gjenspeilet de artiklene som vanligvis inngår i en husholdnings handlekurv, der innkjøpskvantum av de ulike produktene ble vektet i forhold til et gjennomsnittlig forbruk i en husholdning.

En utfordring har vært å finne varer som er 100 prosent sammenlignbare. For å kunne gjøre det, burde en ideelt sett ha sammenlignet prisen på samme merkevare i Norge og Sverige. Så langt som rå er, har vi forsøkt det. Allikevel har ikke det vært fullt ut mulig, da det på ferskvareområdet ikke har vært mulig å finne identiske produkt i Norge og Sverige. Det man da kan diskutere, er om det er mulig å sammenligne ikke-identiske produkter. Dette spørsmålet kan til en viss grad belyses med utgangspunkt i diskusjonen innenfor økonomien som gjelder forholdet mellom homogene og differensierte produkter. En sentral lærebok i markedsøkonomi omtaler dette forholdet på følgende måte:

"Homogeneity prevails, when in the minds of buyers, products are perfect substitutes" (Scherer & Ross 1990)

Det sentrale spørsmålet er dermed ikke om det faktisk er identiske produkt, men om produktene *oppfattes* som like av forbrukeren. Selv om man i etterspørselsanalyser antar at f eks svinekjøtt og kylling til en viss grad substituerer hverandre, har vi som nevnt søkt å sammenligne mest mulig samme produkt. Spørsmålet er fortsatt om f eks et kjøttprodukt handlet i Sverige oppfattes som likeverdig med et norsk produkt. Eller motsatt, at enkelte forbrukere kan foretrekke den svenske kvaliteten. For å få et bilde om det var store forskjeller i holdningene til norsk og svensk mat, ble spørsmål om dette inkludert i en spørreundersøkelse som SIFO gjorde om holdninger til matvaretrygghet. Norske forbrukere har størst tillit til maten produsert i eget land (Bjørkum 1999). På tross av noe større skepsis til svensk mat kan man allikevel si at tilliten til svenskprodusert mat er relativt høy. Det er derfor ikke urimelig å sammenligne prisene på tvers av grensen.

I motsetning til Norge, har Sverige som EU-medlem åpen grense mot import av varer fra andre EU-land. Samtidig antar vi at forbrukeren har større tillit til svensk mat, enn mat fra andre europeiske land. Da det innenfor en del kategorier av ferskvarer er høy import i de typiske grensehandelsområdene, har vi valgt å ta høyde for det. For storfekjøtt finner vi innslag av irsk import, for ost og meierivarer finnes tyske og nederlandske produkter etc. Prisregistreringene i Sverige er derfor delt inn i to kategorier, svenskproduserte varer og "utenlandske" varer importert til Sverige.

---

<sup>6</sup> Selv om det også kan være mange andre grunner til at norske forbrukere krysser grensen (HFU 1988), Ericsson 2001

## 2.3 Metodisk opplegg for gjennomføring av prismålingene

I denne delen skal vi redegjøre for vareutvalg, butikkutvalg, stedsvalg og tidsvalg.

### 2.3.1 Vareutvalg - Dagligvarer

Vareutvalget av sentrale grensehandelsvarer ble stort sett benyttet de samme som i 1999 (Lavik og Dulsrud 2000).

#### Storfe

T-benstek  
Indrefilet okse/nötfile  
Oksestek/stek fransyska  
Entrecote  
Karbonadedeig/nötfärs  
Kjøttdeig/köttfärs av nöt (iblandet svin)

#### Svin

Indrefilet svin/fläskfile  
Svinekoteletter  
Nakkekoteletter/fläskcarre  
Skinkestek  
Ribbe/Sidefläsk med ben

#### Bearbeidet kjøtt/pålegg

Roastbiff, skivet fersk  
Falukorv  
Wienerpølser  
Stekte karbonader  
Kokt skinke urøkt  
Okserull  
Bacon skiver  
Bacon stykk  
Salami

#### Fjørfe

Kyllingbryst/filet fersk  
Kyllingbryst/filet frossen  
Hel rå kylling fersk/grillet  
Hele rå kylling frossen  
Kyllingvinger frossen  
Kalkunfilet fersk

#### Meieriprodukter

Lettmelk  
Letta 440g  
Brunost 28% SF  
Brunost G35  
Gulost F45 Skorpéfri Jarlsberg  
Gulost 27% SF/Arla husholdsost 28%  
Gräddeost 38%  
Greddeost Høng 38%  
Yoghurt Litago frukt  
Tine/Yoghurt junior Arla 125 g  
1 1 Yoghurt frukt  
Kavli smøreost tube 150 g  
Philadelphia smøreost 200 g  
12 egg store frokost 63-73 g

#### Diverse

Sukker 1 Masters Food Snickers  
Coca Cola 0,33 l box  
Te Twinings Earl Grey 50 b  
Lipton Yellow Te 50 poser  
Lettøl 2.3-2.5%/lettøl 2.8%  
Ø1 pils 4.7%/mellanøl 3.5%  
Petterøe's mild nr 3 50 g  
Rizla  
Prince mild  
Snus General

### Likheter og forskjeller i kvalitet

Som nevnt er en del produkter ikke identiske. For eksempel er ribbe i Norge og Sverige ikke helt like produkter, ettersom grisen deles opp forskjellig. I Norge finner vi betegnelser som tynnribbe/flatribbe, familieribbe og midtribbe med kam. I Sverige er ribben stykket opp som sideflesk med ben. Det er den som ligner mest på vår tynnribbe/flatribbe. Det er derfor dette produktet vi har valgt å sammenligne prisene på.

Karbonade og kjøttdeig er heller ikke helt det samme i Norge og Sverige. I Norge består dette av okse, og forskjellen mellom karbonadedeig og kjøttdeig er fettinnholdet. I både Norge og Sverige er fettinnholdet i karbonadedeig på 10 prosent eller lavere. I Sverige er kjøttdeigen oppblandet med svin, fra forholdet 50/50 okse/svin til 70/30. Fettinnholdet kan være noe forskjellig. I Norge er for eksempel fettinnholdet i kjøttdeig jevnt over ca 14 prosent.

Falukorv finnes mange varianter av. Instruksjonen gikk ut på å velge den "reneste" varianten. Det gjelder også for bacon.

Wienerpølser er tilnærmet like i begge land. Wienerpølser er et beskyttet navn i begge land<sup>7</sup> da dette er et beskyttet merke. Wienerpølser skal etter norske forskrifter være farse framstilt av storfekjøtt, eller svinekjøtt og fett av storfe eller svin. Farsen skal stoppes i ekte fåretarm. Hvis kunsttarm brukes, skal ikke produktet kalles wienerpølser.

Lettmelken er heller ikke helt lik, men oppfattes antakeligvis av forbrukerne som utbyttable.

### Forskjeller i størrelser

For en del produkter finnes ikke samme størrelse i Norge og Sverige. Hovedinntrykket er at størrelsene ofte er større i Sverige enn i Norge. Blant annet gjaldt dette for en del bleievarianter. Dette var produkter vi hadde tenkt å ta med under merkevarer. Siden vi ikke fant identiske størrelser på disse produktene, valgte vi ikke å ta dem med i undersøkelsen<sup>8</sup>. Større forpackningsstørrelser fører oftere til en lavere enhetspris for varen. For typiske grensehandelsvarer var sammenligning av priser likevel relevant selv om vi ikke fant samme forpackningsstørrelse i begge land. Når ulike størrelser var å finne i samme butikk, valgte vi så like størrelser som mulig. Ved ulike størrelser er varene regnet vi enten om til norsk standard, eller til kilo.

Når det gjaldt te, måtte vi sammenligne esker med 100 poser i Sverige med 50 poser i Norge. Esker med 100 poser er et typisk grensehandelsprodukt, det vil si produkter som nordmenn kjøper når de er i Sverige og handler. Tilsvarende størrelse fant vi ikke i Norge. Og motsatt, vi fant ikke 50 poser i Strømstadorrådet. Hver av de 50 posene i Norge er i tillegg pakket inn i konvolutt, noe esker med 100 poser ikke er. For mange forbrukerne vil imidlertid dette være substituerbare produkter.

Varer som er regnet om til norsk standard, er:

Te (50 bags), Kavli tubeost 150 g, Coca Cola er regnet om til pr boks. I Sverige var det også vanlig å selge 6 bokser (0,33 l), 24 bokser og 48 bokser. Disse er omregnet til pr boks.

Når det gjelder lettøl og mellanol (folköl) i Sverige er alkoholinnholdet noe forskjellig. Vanlig pils i Norge holder 4.7 % og selges i butikk. Tilsvarende øl i Sverige selges på Systembolaget. Vi har sammenlignet det svenske lettølet – 2.8% - med det norske lettølet som holder 2.3-2.5%, og det svenske folkölet på 3.5% med den norske pilsen på 4.7%. Denne sammenligningen er mest interessant for lettølet som i mindre grad avviker i prosentene enn det mer ordinære ølet. Vi har også sett på noen eksempler av øl som selges på Systembolaget.

Vårt utgangspunkt i valg av varer var som nevnt basert på et forbrukerperspektiv. En del varer er ikke identiske, men vi vil anta at for mange forbrukere vil de fremstå som utbyttable. Man kan heller ikke utelukke at en del forbrukere vil foretrekke den svenske kvaliteten fremfor den norske. Andre varer derimot som i prinsippet synes like, kan for noen forbrukere fremstå som svært forskjellige. For eksempel kan det være viktig for enkelte forbrukere om kjøttet nordmennene kjøper i Sverige er svensk eller irsk. Der registrerte vi i så fall begge prisene. Registreringsmåte for de to land er noe forskjellig ettersom Sverige har en del importerte varer som ikke vi har. Dette gjelder spesielt kjøtt.

Enkelte av disse produktene kan være typiske lokkevarer. Lokkevarer er gjerne produkter til svært nedsatt pris over en tidsbegrenset periode (på tilbud). Disse kan også være grensehandelsvarer. Typiske grensehandelsvarer derimot er varer som nordmenn kjøper i Sverige hvor besparelsen er vesentlig. Vi vil anta at for å være typiske grensehandelsvarer må de ha en relativt høy pris i Norge, og prisforskjellene må være vesentlige. Eller at enhetsprisen kanskje ikke er så høy, men ved kjøp av større kvanta vil vesentlige prisforskjeller være interes-

<sup>7</sup> I Norge: Forskift om kjøttvarer og kjøttprodukter. I Sverige: Livsmedelslagen

<sup>8</sup> Pr bleie for tre bleietyper ble prisene gjennomsnittlig 13 prosent lavere i Sverige enn i Norge

sante selv på produkter som i utgangspunktet ikke koster så mye. Ett eksempel er Coca Cola på boks som mange steder i Sverige selges i 24-pakninger. Derfor er kanskje ikke melk et like typisk grensehandelsprodukt selv om det skulle vise seg at prisforskjellene er store. En vil antakeligvis i mindre grad kjøper melk i store kvanta, om en da ikke har en stor barnefamilie. En del produkter som vi er usikre på om er grensehandelsvarer, har vi likevel tatt med fordi de i seg selv kan være interessant å sammenligne priser på, for eksempel enkelte oster som er norskproduserte og som selges i Sverige.

### 2.3.2 Merkevarer – både norske og internasjonale

Vi har valgt ut 24 merkevareprodukter som selges i dagligvarehandelen. Disse produktene er gruppert i tre kategorier: Internasjonale merkevarer mat (11), internasjonale merkevarer ikke-mat (9) og norske merkevarer som selges i utlandet (4). Av hensyn til sammenlignbarheten har vi i den første kategorien forsøkt å unngå matprodukter som i stor grad omfattes av norsk landbrukspolitikk. Dette fordi kombinasjoner av beskyttelsestoll og næringssubsidier kan gjøre det problematisk å foreta en presis sammenligning. På tross av at vi har prøvd å velge ukompliserte matvarer i handelspolitisk forstand, fant vi allikevel en rekke særnasjonale toll- og avgiftssatser, noe vi har forsøkt å korrigere for i våre beregninger.

Kategorien ikke-mat omfatter i første rekke sjampo og såpeprodukter, barberprodukter og andre hygieneartikler. Vi har også funnet det interessant å kartlegge eventuelle forskjeller på norske merkevarer som selges både i Norge og Sverige, f.eks. drikkevann, tannbørster og pizza.

Merkevarene vi her har sammenlignet er helt identiske i Norge og Sverige.

Vareutvalget er følgende:

<b>Internasjonale merkevarer mat</b>	<b>Internasjonale merkevarer "non-food"</b>	<b>Norske merkevarer – to mat og drikke, to "non-food"</b>
Snickers 85 g Masters Food	Colgate total 75 ml	Imsdal Kildevann (Norge), 1,5 liter
After Eight 400 g	LOreal shampoo, Nutri - ceramide for tørt skadet hår, 250 ml	Pizza Grandiosa 585 g
O' boy refill 1000 g	Wella shampoo for normalt hår with natural fruitwaxes, 250 ml	Jordan tannbørste, active tip medium
Twinings, Earl Grey Tea, 25 poser konvolutt	Dove Cream Wash Soap m pumpe 250 ml	Jordan tannbørste, multi action, soft/medium
Twinings, Earl Grey Tea, 200 g løs te (boks)	Gillette Barberblad 3, Mach, 8 pk	
Lipton Yellow label Tea 20 poser, konvolutt	Gillette, regular barberskum, 200 ml (rød og hvit sprayboks)	
Neskafe gull, fyldig aromatisk, 100 kopper, 200 g	Always Ultra normal pluss 14 stk	
Neskafe gull, fyldig aromatisk, 50 kopper, 100 g	Libresse invisible clip normal m vinger 3, 14 stk	
Sun-Maid Californiske rosiner, 250 g pakke	Friskies Adult Vitality kjøtt 4 kg (hundefôr)	
Pasta, Buitoni Eliche 500 g		
Uncle Bens Chinese Sweet & Sour Saus, 400 g glass		

### 2.3.3 Vareutvalg – Alkoholvarer

I tillegg til matvarer har vi sett på et utvalg rødviner, hvitviner, sterkviner og brennevin. Utvalget er gjort ut fra de felles produktene som vi fant. Disse varene er helt identiske i begge land.

**Vodka**

Finlandia FIN  
Absolut Vodka Svensk  
Smirnoff USA

**Genever**

Bokma Oude Friesche 38%

**Akevitt**

Løitens Export  
Aalborg Taffel Akvavit DK

**Whisky**

Johnny Walker Red Label GBR  
Chivas Regal

**Cocnac**

Martell VS\*\*\* F  
Renault Carte Noire Extra F  
Hennessy XO F

**Hvitvin**

Blue Nun 2001 Tyskland 8,5%  
Rhine Lady Liebfraumilch 8,5% Tyskland  
Sunrise Chardonnay 13% Chile  
Jacob's Creek Chardonnay Australia 13%  
Lurton Sauvignon de Bordeaux 2001 12,5% Fra  
Brocard Montmains Chablis Premier Cru 1999 13% F  
Jean de Beauvais Chardonnay, tørr Frankrike

**Rødvin**

Gato Negro Cabernet Sauvignon Chile  
Gato Negro Cabernet Sauvignon Chile  
Jacob's Creek Shiraz Cabernet 2000 Australia  
Periquita 1999 Portugal  
Le Cardinal Frankrike  
Marqués De Griñon Tempranillo 12,5 % Spania  
Faustino I Gran Reserva 1999 Spania  
Santa Rita 120 Merlot 2000 Chile

**Sterkvinn**

Bristol Cream søt  
Dry sack halvtørr

### 2.3.4 Stedsvalg

For prismålinger av dagligvarene valgte vi ut to strategiske områder i Sverige og ett Norge: I Sverige ble Göteborgområdet og Strömstadområdet (dvs også Svinesund) valgt ut, i Norge valgte vi kun ut Oslo. I Norge skjer prissettingen stort sett sentralt av kjedene, samt at det er små prisforskjeller i samme region (Lavik 2001). I 1999 fant vi for eksempel ingen prisforskjeller mellom Oslo og Halden/Sarpsborgområdet (Lavik og Dulsrud 2000). Der finnes noen unntak, men neppe for produktene i denne undersøkelsen<sup>9</sup>. Prisene innen samme kjede kan imidlertid variere mer i Sverige mellom ulike regioner. Det er derfor vanskeligere å få et gjennomsnittlig prisbilde av dagligvareprodukter som selges i Sverige. Når vi valgte Strömstad og Göteborg var det ut fra et forbrukersynspunkt, da det er disse stedene, og spesielt Strömstadområdet som vil de steder som er relevant å sammenligne for norske forbrukere som måtte handle i Sverige.

### 2.3.5 Butikkvalg

I Norge er prisene registrert i 10 sentrale kjedebutikker i Oslo med ulik prisprofil. 4 var typiske lavprisbutikker. Alle fire kjedene – Hakon Gruppen, Norgesgruppen, Reitan Narvesen og Coop - er representert. I Sverige er prisene registrert i 9 butikker, 5 butikker i Strömstad kommune og 4 butikker i Göteborg, hvorav 1 var typisk lavprisbutikk i Göteborg. Alle butikkene er sentrale kjedebutikker, og med ulik prisprofil. Kjedene som er representert i Sverige er Ica Ahold, Coop og Axfood. Våre prisregistreringer vil ikke bli knyttet til den enkelte butikk. Det er de statistiske mål for gjennomsnitt og spredning vi vil være opptatt av. Vi valgte ikke å ta med såkalte "innvandrerbutikker", ettersom disse ofte er spesialbutikker. Utvalget vårt var dagligvarebutikker.

<sup>9</sup> Frukt og grønt kan variere for eksempel mellom nord og syd, samt enkelte kjøttprodukter og fjørfeprodukter (Lavik 2001)



### 2.3.6 Prisregistreringene

For at SIFO som et statlig forskningsinstitutt skal få tilgang til priser, må vi innhente dem selv i butikkene. Private leverandører av prisdata er erfaringsmessig uvillig til å levere ut priser som kan identifisere enten et navngitt produkt, og eller navnet på en butikkjede. Med en slik begrensning ville ikke denne type undersøkelser som vi her har gjort latt seg gjennomføre.

Prisene ble registrert i siste del av oktober 2002 i begge land. En del av varene var på tilbud, spesielt i Norge. I de tilfellene er det tilbudsprisen som er registrert. Vi tok noen ekstra registreringer i desember ettersom en del butikker ikke hadde ribbe i oktober. I Norge ble prismålingene av dagligvareutvalget foretatt av Konkurransetilsynet, mens prismålingene i Sverige gjennomførte vi selv.

Prinsippet for registrering ved valg mellom flere størrelser, var at flere ble registrert og vi sammenlignet så dem som hadde ganske lik størrelse.

Var det tilbud på en vare, ble tilbudspris registrert og haket av for tilbud. Innpakning av kjøttvarer tok vi også hensyn til. Ferskvarer pakkes på ulike måter, som kunne være viktig å skille mellom; ferskvarer som var egenpakket eller fra ferskvardisk, om varen var vakuumpakket eller om den var atmoapakket. Dessuten var det selvsagt viktig å vite når vi var ute etter frosne varer og når det var ferskvarer/ikke-frosne som skulle registreres. Frosne varer kan ikke sammenlignes med ikke-frosne.

Når det gjaldt prisene på alkoholvarer unntatt øl, gjorde vi disse registreringene selv, ut fra de aktuelle prislister på Internett for både Systembolaget i Sverige og Vinmonopolet i Norge (i oktober 2002).

## 2.4 Beregningsmåter Billigere enn - eller dyrere enn...

Det er flere måter å anskueliggjøre prisforskjeller på. Vi har sett på gjennomsnittsprisene som er et mål på tendens, samt laveste og høyeste pris på varen, som er et mål på spredning. I tillegg har vi sett på prosentforskjeller.

Prosentforskjeller kan beregnes på flere måter. Vi kan for eksempel beregne hvor mange prosent *dyrere* gjennomsnittsprisene på en vare er i ett land – Y - sammenlignet med et annet - X. Da må det landet vi sammenligner med – X - ha lavere pris enn Y. X vil i dette tilfellet være 100 og stå under brøkstreken. Hvis vi stiller spørsmålet *hvor mye dyrere* er en vare i Norge sammenlignet med tilsvarende vare i Sverige, vil beregningsgrunnlaget være den svenske varen. Vi kan da risikere å finne forskjeller på flere hundre prosent. Rent umiddelbart kan dette gi inntrykk av dramatiske forskjeller. Ettersom vår hypotese er at de fleste varene vi har valgt ut er dyrere i Norge enn i Sverige, bør vi være mer forsiktig i å dramatisere forskjellene. Da kan vi velge å se *hvor mye billigere* de svenske varene er sammenlignet med de norske. Beregningsgrunnlaget i vårt tilfellet er de norske prisene (de norske prisene er hundre prosent).

Formelen er:  $\text{Prosentforskjell} = ((\text{NOK i Sverige} - \text{NOK i Norge}) * 100) / \text{NOK i Norge}$

Som utgangspunkt for beregningene har vi altså valgt Norge som 100. Alt etter fortegnet på prosenten, vil varen være så og så mange prosent billigere i Sverige enn i Norge (minus foran) eller så og så mange prosent dyrere i Sverige enn i Norge (positivt prosenttall). Hvis en vare er 50 prosent billigere i Sverige enn i Norge, betyr det altså **ikke** at den motsatt er 50 prosent dyrere i Norge enn i Sverige! Den norske prisen under brøkstreken må da byttes ut med den svenske prisen, og den samme varen vil i så fall være 100 prosent dyrere i Norge enn i Sverige, dvs dobbel så dyr. Men som nevnt, vi har valgt den mest forsiktige presentasjonen, og angir derfor hvor mange prosent billigere en vare er i Sverige sammenlignet med prisen i Norge (dersom den er billigere).

**Tabell 2-1: Eksempler på lavere enn... høyere enn....**

	Norge NOK	Sverige NOK	Sverige lavere enn Norge %	Norge høyere enn Sverige %
Vare 1	100	90	10%	11%
Vare 2	100	80	20%	25%
Vare 3	100	70	30%	43%
Vare 4	100	60	40%	67%
Vare 5	100	50	50%	100%
Vare 6	100	40	60%	150%
Vare 7	100	30	70%	233%
Vare 8	100	20	80%	400%
Vare 9	100	10	90%	900%

Vi ser av tabellen at hvilken beregningsmåte man benytter har stor betydning for hvilke inntrykk prisforskjeller kan gi en leser. Med liten forskjell gir ulik beregningsmåte mindre utslag enn ved store forskjeller.

Det er beregnet prosentvise forskjeller mellom gjennomsnittsprisene for hver enkelt vare. I tillegg er det oppgitt laveste pris og høyeste pris i hvert land for å gi en pekepinn på prisvariasjoner innen landet. Noen av varene har få prisregistreringer, og disse må fortolkes med forsiktighet.

Det må også advares mot at dette er ingen representativ handlekurv! Kun en oversikt over enkelte utvalgte grensehandelsvarer og utvalgte merkevarer.

## 3 Prisforskjeller utvalgte grensehandelsvarer

### 3.1 Prisforskjeller mellom Norge og Sverige

Vi viser gjennomsnittsprisene i hhv Norge og Sverige, laveste og høyeste pris, samt prosentvise forskjeller mellom Norge og Sverige, med Norge som sammenligningsgrunnlag. For hver hovedgruppe av matvareprodukter har vi beregnet et prosentvis gjennomsnittstall av de enkelte gjennomsnittlige prisforskjellene i prosent. Når gjennomsnittlig prisforskjell for storfekjøtt er på 44 prosent, er dette gjennomsnittet av de fem produktene som inngår i denne gruppen. Igjen må vi minne på at varene ikke representerer noe representativ "handlekurv". Valutakursen som er brukt til omregning til norske priser er 0,81015 (100 SEK=81,015 NOK), som er gjennomsnittet av de siste 14 dagene i oktober 2002<sup>10</sup>.

For *storfekjøtt* er prisene gjennomsnittlig 46 prosent lavere i Sverige enn i Norge. Det er minst forskjell for indrefile okse som er 24 prosent billigere i Sverige enn i Norge, og størst forskjell viser karbonadedeig som er 64 prosent billigere i Sverige enn i Norge. Kronemessig er imidlertid prisforskjellen omtrent lik, så når prosentforskjellene blir så forskjellige er det fordi indrefiléen er et mye mer kostbart produkt enn karbonadedeigen.

For gruppen *svin* er prisene gjennomsnittlig 45 prosent lavere i Sverige enn i Norge. Her er det også store prisvariasjoner. Mens ribbe er nesten 60 prosent billigere i Sverige, er svine-koteletter 34 prosent billigere.

Prisforskjell på *bearbeidet kjøtt* er gjennomsnittlig 53 prosent lavere i Sverige enn i Norge. Her er det også store prisvariasjoner. Wienerpølser er forskjellen liten med 13 prosent, mens falukorv, bacon og kokt skinke er mellom 60 og 70 prosent billigere.

*Fjørfe* er 61 prosent billigere i Sverige enn i Norge. Her finner vi de største forskjellene, blant annet på frosne kyllingvinger som er 82 prosent billigere i Sverige enn i Norge. Mens gjennomsnittsprisen i Norge er på vel 90 kroner, var den vel 16 kroner i Sverige (NOK). De svenske kyllingvingene er også større enn de norske<sup>11</sup>. I Sverige er dette et avskjærsprodukt, mens i Norge prises det som en delikatesse.

*Meieriproduktene* er 31 prosent billigere i Sverige enn i Norge. Her er Norsk brunost og gulost som holder omtrent samme pris i Sverige som i Norge. Selv om vi ser bort fra disse, er likevel meieriproduktene ikke så mye billigere i Sverige enn i Norge som kjøttproduktene. Her er også mange av produktene ikke spesielt kostbare, selv om de kan telle mye i husholdningsbudsjettet, som eks melk.

Andre varer er igjen 55 prosent lavere i Sverige enn i Norge. Spesielt billigere i Sverige enn i Norge er øl, te og Coca Cola på boks. Øl er godt over 60 prosent billigere, men prosenten er

---

<sup>10</sup> [http://www.norges-bank.no/stat/valutakurser/kurs\\_dn1.html](http://www.norges-bank.no/stat/valutakurser/kurs_dn1.html)

<sup>11</sup> To tilfeldig svenske kyllingvinger: 73,5 g, 85 g. To tilfeldig norske: 15 g, 22,5 g

litt lavere i Sverige enn i Norge. Når vi ser på ølet fra Systembolaget som tilsvarer vårt vanlige øl, er det 51 prosent lavere i Sverige enn i Norge. Te selges i Sverige i 100 "bags", mens i Norge får man bare esker med 50 "bags". I Sverige får vi altså esker med 100 "bags" for samme pris som vi betaler for 50 her i Norge. Hver "bag" i Norge ligger i konvolutter, noe de ikke gjør ved 100 "bags" som selges i Sverige. Prismessig er det derfor ikke urimelig at en "bag" med konvolutt er dyrere enn en uten. Fra et forbrukersynspunkt er det imidlertid ikke sikkert det er så viktig om det er med eller uten konvolutt, men at prisen er noe avgjørende. Vi fant ellers i en spesiell butikk i Norge esker med Lipton Yellow Te 100 "bags" (denne butikken er ikke med i vår undersøkelse ettersom det ikke er en typisk dagligvarebutikk). På Internett var prisen på denne oppgitt til kr 79,00 (vi velger å ikke oppgi navnet på butikken). Det er imidlertid interessant å registrere at internasjonale merkevarer holder så forskjellig pris i to naboland. Coca Cola er også en internasjonal merkevare, men noen av disse prisforskjellene kan blant annet forklares med parallellimport og at Cola'en i Norge tappes og distribueres her i landet. Og som kjent er Norge et høykostnadsland.

Total gjennomsnittlig forskjell på samtlige av disse varene var 47 prosent lavere i Sverige enn i Norge. En annen grensehandelsundersøkelse som ble gjennomført av Statistisk sentralbyrå 2001 (Bruksås et al 2001 b) fant de total indeks for Sverige på 58, som betyr at prisene var 42 prosent lavere i Sverige enn i Norge. De hadde en del andre produkter enn oss, for eksempel hadde de kun mat, blant annet med frukt og grønt der prisforskjellene ikke er så store. De hadde ellers ikke med tobakk, som vi hadde.

**Tabell 3-1: Gjennomsnittspriser storfe pr kg, min max og prosentvis forskjell mellom Norge og Sverige. Norge=100**

Storfekjøtt		N	Min	Max	Gjennomsnitt	Prosent lavere i Sverige enn i Norge
Indrefile	Norge	7	179,00	274,90	239,97	-24
	Sverige	9	120,71	250,34	181,97	
Oksestek	Norge	5	99,00	129,00	113,00	-51
	Sverige	10	40,10	75,26	54,92	
Entrecote	Norge	9	89,90	179,00	148,59	-35
	Sverige	12	64,41	136,92	96,75	
Karbonadedeig	Norge	10	89,90	119,00	102,75	-64
	Sverige	14	28,27	48,53	37,13	
Kjøttdeig	Norge	10	60,00	87,90	72,15	-54
	Sverige	11	24,22	40,43	33,06	
Gj.snitt						-46

**Tabell 3-2 Gjennomsnittspriser svin pr kg, min max og prosentvis forskjell mellom Norge og Sverige. Norge=100**

Svin		N	Min	Max	Gjennomsnitt	Prosent lavere i Sverige enn i Norge
Indrefile svin	Norge	7	159,00	189,00	173,29	-47
	Sverige	13	55,90	131,24	91,13	
Svinekoteletter	Norge	10	59,00	79,90	68,11	-34
	Sverige	9	40,10	55,82	45,22	
Nakkekoteletter	Norge	10	34,90	79,90	64,01	-47
	Sverige	9	24,22	48,53	33,88	
Skinkestek	Norge	6	59,90	99,90	78,58	-39
	Sverige	8	40,10	56,67	48,01	
Ribbe	Norge	2	69,90	89,90	79,90	-59
	Sverige	8	27,95	39,62	32,41	
Gjennomsnitt						-45

**Tabell 3-3: Gjennomsnittspriser bearbeidet kjøtt pr kg, min max og prosentvis forskjell mellom Norge og Sverige. Norge=100**

		N	Min	Max	Gjennomsnitt	Prosent lavere i Sverige enn i Norge
Roastbiff	Norge	10	229,00	299,90	268,17	-48
	Sverige	9	104,51	209,83	139,80	
Bacon hel	Norge	9	80,00	149,00	111,17	-61
	Sverige	8	23,90	48,53	43,32	
Bacon skiver	Norge	10	129,00	189,00	159,86	-65
	Sverige	16	39,62	68,86	55,88	
Falukorv	Norge	9	50,00	94,44	75,40	-68
	Sverige	8	19,43	28,25	23,84	
Wienerpølser	Norge	10	39,50	74,90	52,52	-13
	Sverige	11	32,03	60,68	45,58	
Stekte karbonader	Norge	10	56,25	79,86	67,19	-46
	Sverige	7	29,66	45,57	36,58	
Kokt skinke	Norge	10	128,57	239,00	188,21	-66
	Sverige	8	39,49	88,31	63,05	
Okserull	Norge	10	153,85	249,00	211,17	-55
	Sverige	9	79,39	131,14	95,40	

		N	Min	Max	Gjennomsnitt	Prosent lavere i Sverige enn i Norge
Salami	Norge	10	100,00	214,50	158,40	-56
	Sverige	13	48,28	100,76	69,51	
Gjennomsnitt						-53

**Tabell 3-4: Gjennomsnittspriser fjørfe pr kg, min max og prosentvis forskjell mellom Norge og Sverige. Norge=100**

		N	Min	Max	Gjennomsnitt	Prosent lavere i Sverige enn i Norge
Kyllingbryst fersk	Norge	10	153,00	206,90	188,82	-47
	Sverige	5	80,12	116,66	99,60	
Kyllingbryst frossen	Norge	3	136,00	269,00	188,79	-65
	Sverige	13	40,51	80,20	66,40	
Hel rå kylling fersk	Norge	10	32,22	73,91	53,59	-51
	Sverige	5	20,17	31,51	26,19	
Hel rå kylling frossen	Norge	7	40,63	95,00	60,47	-72
	Sverige	9	14,99	20,17	16,74	
Kyllingvinger frosne	Norge	7	39,00	115,33	90,24	-82
	Sverige	8	11,75	21,55	16,21	
Kalkunfile fersk	Norge	8	142,00	249,50	213,94	-48
	Sverige	4	101,27	120,71	110,79	
Gjennomsnitt						-61

**Tabell 3-5: Gjennomsnittspriser meierivarer, min max og prosentvis forskjell mellom Norge og Sverige. Norge=100**

		N	Min	Max	Gjennomsnitt	Prosent lavere i Sverige enn i Norge
Lettmelk 1 l	Norge	10	8,30	8,90	8,57	-45
	Sverige	9	4,21	5,59	4,74	
Letta 440 g	Norge	10	11,00	13,90	12,65	-32
	Sverige	9	7,08	9,76	8,54	
Brunost 28%	Norge	9	59,80	75,80	69,86	-22
	Sverige	2	52,66	56,22	54,44	
Brunost G 35 1 kg	Norge	10	53,90	69,80	57,91	-3
	Sverige	8	49,62	73,72	59,48	
Gulost Skorpefri (Jarlsberg) 28%	Norge	10	54,00	85,80	73,76	-6
	Sverige	4	43,82	81,83	69,00	
Husholdsost mild ca 28%	Norge	10	59,90	78,18	69,43	-39
	Sverige	8	36,38	56,31	42,11	
Greddost 38%	Norge	9	76,32	102,37	88,64	-38
	Sverige	8	48,53	59,87	54,83	
Greddost Høng	Norge	5	84,75	97,25	88,75	-37
	Sverige	2	52,46	58,53	55,50	
Yoghurt Litago/jr 125 g	Norge	9	3,68	4,40	4,12	-39
	Sverige	7	2,33	2,62	2,52	
Yoghurt 1 l frukt	Norge	10	9,50	11,90	10,51	-50
	Sverige	9	4,66	6,04	5,23	
Kavli smøreost 150 g	Norge	10	17,60	20,90	19,32	-34
	Sverige	9	9,01	15,90	12,78	
Philadelfia 200 g	Norge	10	18,90	21,90	19,92	-29
	Sverige	8	11,75	16,93	14,19	
12 store egg 63-73 g	Norge	10	22,90	29,88	25,38	-39
	Sverige	9	12,64	21,29	15,54	
Gjennomsnitt						-31

**Tabell 3-6: Gjennomsnittspriser andre varer, min max og prosentvis forskjell mellom Norge og Sverige. Norge=100**

		N	Min	Max	Gjennomsnitt	Prosent lavere i Sverige enn i Norge
Sukker	Norge	10	9,90	12,90	11,12	-27
	Sverige	9	7,25	9,32	8,14	
Twinings Earl Grey 50 poser	Norge	9	27,90	39,90	31,07	-51
	Sverige	8	13,98	16,69	15,36	
Lipton Yellow Te 50 poser	Norge	10	22,00	31,90	24,92	-51
	Sverige	9	10,12	14,95	12,26	
Lettøl boks	Norge	7	10,50	11,90	10,96	-66
	Sverige	7	3,04	4,04	3,72	
Øl/Mellanøl boks 0,5 l	Norge	10	21,90	23,90	22,47	-70
	Sverige	7	6,34	7,28	6,82	
Petterøs mild nr 3 50 g	Norge	10	94,50	97,90	96,05	-42
	Sverige	6	51,77	59,65	56,08	
Sigarettpapir enkel Rizla	Norge	10	5,50	7,50	6,28	-38
	Sverige	6	2,43	6,08	3,89	
Prince mild 20 pk	Norge	10	55,50	57,90	56,67	-47
	Sverige	9	28,19	31,19	30,18	
Snus General 50 g	Norge	9	48,50	55,90	50,11	-65
	Sverige	9	15,80	19,85	17,73	
Coca Cola box 10	Norge	8	8,90	10,50	9,54	-62
	Sverige	4	3,48	4,04	3,62	
Coca Cola boks 24	Norge	8	8,90	10,50	9,54	-70
	Sverige	8	2,53	3,27	2,90	
Coca Cola boks 48	Norge	8	8,90	10,50	9,54	-71
	Sverige	2	2,53	2,94	2,73	
Gjennomsnitt						-55



I tillegg så vi på ti nordiske og nederlandske vanlige ølmerker plukket med alkoholprosent mellom 4,3 og 5,3 volumprosent alkohol som selges på Systembolaget (pils og lager).

**Tabell 3-7: Ølpriser på Systembolaget i Sverige, nov – okt 2002 (<http://www.systembolaget.se/>)**

Ølsort	Varenr	Land	Størrelse	
<a href="#">Amstel</a> 4,9 %	1344	Nederlanderna	500 ml	13.00 SEK
<a href="#">Carlsberg Export</a> 5,1 %	1405	Danmark	500 ml	14.90 SEK
<a href="#">Falcon Export</a> 5,2 %	1433	Sverige	500 ml	13.40 SEK
<a href="#">Koff Export</a> 5,2 %	1663	Finland	500 ml	14.00 SEK
<a href="#">Kopparbergs Original</a> 4,3 %	1346	Sverige	500 ml	9.90 SEK
<a href="#">Lapin Kulta</a> 5,2	1594	Finland	500 ml	15.20 SEK
<a href="#">Norrlands Guld Export</a> 5,3	1412	Sverige	500 ml	13.10 SEK
<a href="#">Pripps Blå</a> 5,3	1451	Sverige	500 ml	13.40 SEK
<a href="#">Spendrups Export</a> 5,0	11270	Sverige	500 ml	13.40 SEK
<a href="#">Tuborg Guld</a> 5,3	1403	Danmark	500 ml	14.80 SEK

Gjennomsnittet er 13,51 SEK, som i norske kroner utgjør 10,94. Gjennomsnittsprisen på norsk øl, 0,5 l boks var kr 22,47. Dvs at ølet på svensk Systembolag er 51 prosent billigere enn den noenlunde tilsvarende norske.

**Tabell 3-8: Prissammenligning 1999 og 2000**

Prosent lavere i Sverige enn i Norge	1999	2002	Endring i prosentpoeng	Prosent prisforskjeller i 2002 hvis valutakursen hadde vært som høst 1999
Storfe				
Indrefile okse	-19	-24	5	-11
Oksestek	-49	-51	2	-43
Entrecote	-28	-35	7	-24
Karbonadedeig	-60	-64	4	-58
Kjøttdeig	-56	-54	-2	-46
<b>Gjennomsnitt storfe</b>	<b>-42</b>	<b>-46</b>	<b>4</b>	<b>-36</b>
Svin				
Indrefile svin	-42	-47	5	-38
Svinekoteletter	-30	-34	4	-22
Nakkekoteletter	-56	-47	-9	-38
Skinkestek	-39	-39	0	-28
Ribbe	-53	-59	6	-52
<b>Gjennomsnitt svin</b>	<b>-44</b>	<b>-45</b>	<b>1</b>	<b>-36</b>
Bearbeidet kjøtt				
Bacon hel	-64	-61	-3	-54
Bacon skiver	-68	-65	-3	-59
Falukorv	-66	-68	2	-63
Wienerpølser	-30	-13	-17	2
Stekte karbonader	-36	-46	10	-36
Kokt skinke	-52	-66	14	-61
Okserull	-43	-55	12	-47
Salami	-53	-56	3	-49
<b>Gjennomsnitt bearbeidet kjøtt</b>	<b>-52</b>	<b>-55</b>	<b>3</b>	<b>-46</b>

Prosent lavere i Sverige enn i Norge	1999	2002	Endring i prosentpoeng	Prosent prisforskjeller i 2002 hvis valutakursen hadde vært som høst 1999
Fjørfe				
Kyllingbryst fersk	-45	-47	2	-38
Kyllingbryst frossen	-40	-65	25	-59
Hel rå kylling fersk	-47	-51	4	-43
Hel rå kylling frossen	-59	-72	13	-68
Kyllingvinger frosne	-84	-82	-2	-79
Kalkunfile fersk	-52	-48	-4	-39
<b>Gjennomsnitt fjørfe</b>	<b>-55</b>	<b>-61</b>	<b>6</b>	<b>-54</b>
<i>Meieriprodukter</i>				
Lettmelk 1 l	-41	-45	4	-35
Letta 440 g	-20	-32	12	-21
Brunost G 35 1 kg	4	3	-1	-9
Gulost Skorpefri (Jarlsberg) 28%	-6	-6	0	10
Husholdsost mild ca 28%	-40	-39	-1	-29
Greddost 38%	-35	-38	3	-28
Greddost Høng	-36	-37	1	-27
Yoghurt Litago/jr 125 g	-27	-39	12	-28
Yoghurt 1 l frukt <sup>12</sup>	-24	-50	26	-42
Kavli smøreost 150 g	-25	-34	9	-23
Philadelfia 200 g	-20	-29	9	-17
12 store egg 63-73 g	-32	-39	7	-28
<b>Gjennomsnitt meieripr</b>	<b>-25</b>	<b>-32</b>	<b>7</b>	<b>-23</b>
<i>Andre varer</i>				
Sukker	-21	-27	6	-14
Twinnings Earl Grey 50 poser	-50	-51	1	-42
Petterøs mild nr 3 50 g	-24	-42	18	-32
Sigarettpapir enkel Rizla	-22	-38	16	-27
Prince mild 20 pk	-35	-47	12	-38
Snus General 50 g	-59	-65	6	-59
Coca Cola box 10	-49	-62	13	-56
Snickers 85 g MasterFood	-20	-25	5	-12
<b>Gjennomsnitt andre varer</b>	<b>-35</b>	<b>-45</b>	<b>10</b>	<b>-35</b>
<b>Gjennomsnitt total</b>	<b>-40</b>	<b>-45</b>	<b>5</b>	<b>-37</b>

Når vi sammenligner identiske varer for 1999 og 2002, var prisene 40 prosent lavere i Sverige enn i Norge i 1999, mens tilsvarende vareutvalg var 45 prosent lavere i Sverige enn i Norge i 2002. Så selv med reduksjon av merverdiavgiften på mat fra 24 prosent til 12 prosent 1. juli 2001, er prisforskjellene mellom Norge og Sverige på grensehandelsvarer økt i perioden. Men uten denne reduksjonen i merverdiavgift, ville økningen i prisforskjellene blitt enda større.

Endring i valutakursene forklarer mye av den økte prisforskjellen mellom Norge og Sverige. I 1999 var kursen under prismålingene 100 SEK = 94,869 NOK, mens den i oktober 2002 var på 81,015. Det vil si at forskjellen på en svensk og norsk vare som kun hadde skyldtes valutaforskjeller ville vært 5 prosent billigere i Sverige enn i Norge i 1999, mens tilsvarende for-

<sup>12</sup> Yoghurt – i 2002 fant vi kun ½ liters yoghurt i Norge, mens i 1999 var det liter. I Sverige har de fortsatt liter, slik at enhetsprisen for yoghurt synes å ha økt ved endring fra 1 l til ½ litersvarianter.

skjell i oktober 2002 var 19 prosent lavere i Sverige enn i Norge. Med en svekking av den norske kronen vil prisforskjellene mellom Norge og Sverige bli mindre. Hvis vi foretar et tankeeksperiment, og beregner prisforskjeller ut fra den kurs som var i november 1999 (100 SEK=94,869) slik vi har gjort i den siste kolonnen over, ser vi at prisforskjellene mellom Norge og Sverige ville blitt redusert i forhold til 1999. Endringer i valutakurser vil derfor være vesentlig å være klar over når vi ser på utviklingen over tid.

### 3.2 Prisforskjeller mellom Oslo og Göteborg og mellom Oslo og Strømstad

På alle varegruppene bortsett fra bearbeidet kjøtt, var prisene lavere i grensenære strøk enn mellom Oslo og Göteborg. Gjennomsnitt for de seks varegruppene var prisene 48 prosent lavere i Strømstad enn i Oslo, mens tilsvarende forskjell mellom Oslo og Göteborg var på 46 prosent. Det er oksekjøtt og svinekjøtt som er spesielt billigere i grensenære strøk på svenskisiden. Dette er typiske grensehandelsvarer. Samme hovedmønster fant SSB i 2001 og vi i 1999 (Lavik og Dulsrud 2000). I SSB sin undersøkelse fra 2001 var prisene gjennomsnittlig 45 prosent lavere mellom grensen og Oslo, mens mellom ikke-grense i Sverige og Oslo var de 38 prosent lavere (Bruksås et al 2001b). I 1999 var prisene gjennomsnittlig 41 prosent lavere ved grensen i Sveriges favør, mens de var 38 prosent lavere når vi sammenlignet Oslo og Göteborg (Lavik og Dulsrud 2000).

**Tabell 3-9: Forskjell på storfekjøtt mellom Oslo og Göteborg og mellom Oslo og Strømstad. NOK Norge=100**

Storfekjøtt		N	Min	Max	Gjennomsnitt	Norge = 100
Indrefile	Norge	7	179,00	274,90	239,97	
	Göteborg	3	201,73	250,34	223,33	-7
	Strømstad	6	120,71	193,63	161,29	-33
Oksestek	Norge	5	99,00	129,00	113,00	
	Göteborg	4	44,48	75,26	58,69	-48
	Strømstad	6	40,10	64,41	52,42	-54
Entrecote	Norge	9	89,90	179,00	148,59	
	Göteborg	5	72,10	136,92	101,11	-32
	Strømstad	7	64,41	112,61	93,63	-37
Karbonadedeig	Norge	10	89,90	119,00	102,75	
	Göteborg	6	28,27	48,53	36,66	-64
	Strømstad	8	30,38	42,86	37,49	-64
Kjøttdeig	Norge	10	60,00	87,90	72,15	
	Göteborg	5	28,27	40,43	33,16	-54
	Strømstad	6	24,22	39,29	32,97	-54
Gj snitt: Göteborg lavere enn i Norge						-41
Gj snitt: Strømstad lavere enn i Norge						-48

**Tabell 3-10: Forskjell på svin mellom Oslo og Göteborg og mellom Oslo og Strømstad. NOK Norge=100**

Svin		N	Min	Max	Gj.nitt	Norge=100
Indrefile svin	Norge	7	159,00	189,00	173,29	
	Göteborg	7	64,77	131,24	99,28	-43
	Strømstad	6	55,90	104,51	81,62	-53
Svinekoteletter	Norge	10	59,00	79,90	68,11	
	Göteborg	4	40,47	55,82	48,35	-29
	Strømstad	5	40,10	46,10	42,73	-37
Nakkekoteletter	Norge	10	34,90	79,90	64,01	
	Göteborg	4	24,22	48,53	35,79	-44
	Strømstad	5	26,65	42,86	32,36	-49
Skinkestek	Norge	6	59,90	99,90	78,58	
	Göteborg	3	50,15	56,67	53,13	-32
	Strømstad	5	40,10	51,77	44,93	-43
Ribbe	Norge	2	69,90	89,90	79,90	
	Göteborg	3	34,76	39,62	37,47	-53
	Strømstad	5	27,95	32,32	29,38	-63
Gj snitt: Göteborg lavere enn i Norge						-40
Gj snitt: Strømstad lavere enn i Norge						-49

**Tabell 3-11: Forskjell på bearbeidet kjøtt mellom Oslo og Göteborg og mellom Oslo og Strømstad. NOK Norge=100**

		N	Min	Max	Gj.snitt	Norge=100
Roastbiff	Norge	10	229,00	299,90	268,17	
	Göteborg	5	109,37	209,83	148,58	-45
	Strømstad	4	104,51	169,32	128,81	-52
Bacon hel	Norge	9	80,00	149,00	111,17	
	Göteborg	2	43,67	48,53	46,10	-59
	Strømstad	6	23,90	48,53	42,40	-62
Bacon skiver	Norge	10	129,00	189,00	159,86	
	Göteborg	7	39,62	63,53	55,79	-65
	Strømstad	9	44,15	68,86	55,95	-65
Falukorv	Norge	9	50,00	94,44	75,40	
	Göteborg	3	19,43	25,03	21,54	-71
	Strømstad	5	24,20	28,25	25,22	-67
Wienerpølser	Norge	10	39,50	74,90	52,52	
	Göteborg	4	32,03	56,63	46,30	-12
	Strømstad	7	38,48	60,68	45,17	-14
Stekte karbonader	Norge	10	56,25	79,86	67,19	
	Göteborg	2	29,66	33,32	31,49	-53
	Strømstad	5	33,95	45,57	38,62	-43
Kokt skinke	Norge	10	128,57	239,00	188,21	
	Göteborg	3	39,49	88,31	67,99	-64
	Strømstad	5	39,70	80,20	60,10	-68
Okserull	Norge	10	153,85	249,00	211,17	
	Göteborg	5	80,20	96,41	91,04	-57
	Strømstad	9	79,39	131,14	95,40	-55

		N	Min	Max	Gjennomsnitt	Norge=100
Salami	Norge	10	100,00	214,50	158,40	
	Göteborg	6	54,28	100,76	72,01	-55
	Strømstad	7	48,28	80,93	67,36	-57
Gj snitt: Göteborg lavere enn i Norge						-53
Gj snitt: Strømstad lavere enn i Norge						-54

**Tabell 3-12: Forskjell på fjørfe mellom Oslo og Göteborg og mellom Oslo og Strømstad. NOK Norge=100**

		N	Min	Max	Gjennomsnitt	Norge=100
Kyllingbryst fersk	Norge	10	153,00	206,90	188,82	
	Göteborg	3	107,91	116,66	112,56	-40
	Strømstad	2	80,12	80,20	80,16	-58
Kyllingbryst frossen	Norge	3	136,00	269,00	188,79	
	Göteborg	5	62,96	80,20	71,78	-62
	Strømstad	8	40,51	74,94	63,03	-67
Hel rå kylling fersk	Norge	10	32,22	73,91	53,59	
	Göteborg	3	25,88	26,73	26,42	-51
	Strømstad	2	20,17	31,51	25,84	-52
Hel rå kylling frossen	Norge	7	40,63	95,00	60,47	
	Göteborg	4	14,99	18,55	16,17	-73
	Strømstad	5	16,12	20,17	17,20	-72
Kyllingvinger frosne	Norge	7	39,00	115,33	90,24	
	Göteborg	3	15,35	21,55	18,43	-80
	Strømstad	5	11,75	21,55	14,88	-84
Kalkunfile fersk	Norge	8	142,00	249,50	213,94	
	Göteborg	3	103,70	120,71	113,96	-47
	Strømstad	1	101,27	101,27	101,27	-53
Gj snitt: Göteborg lavere enn i Norge						-59
Gj snitt: Strømstad lavere enn i Norge						-64

**Tabell 3-13: Forskjell på meieriprodukter mellom Oslo og Göteborg og mellom Oslo og Strømstad. NOK Norge=100**

		N	Min	Max	Gjennomsnitt	Norge=100
Lettmelk 1 l	Norge	10	8,30	8,90	8,57	
	Göteborg	4	4,66	5,59	4,90	-43
	Strømstad	5	4,21	5,02	4,61	-46
Letta 440 g	Norge	10	11,00	13,90	12,65	
	Göteborg	4	7,08	9,76	8,64	-32
	Strømstad	5	7,66	9,45	8,45	-33
Brunost 28%	Norge	9	59,80	75,80	69,86	
	Göteborg					
	Strømstad	2	52,66	56,22	54,44	-22
Brunost G 35 1 kg	Norge	10	53,90	69,80	57,91	
	Göteborg	4	49,62	71,13	58,91	2
	Strømstad	4	52,58	73,72	60,05	4
Gulost Skorpefri (Jarlsberg) 28%	Norge	10	54,00	85,80	73,76	
	Göteborg	1	77,61	77,61	77,61	5
	Strømstad	3	43,82	81,83	66,13	-10
Husholdsost mild ca 28%	Norge	10	59,90	78,18	69,43	
	Göteborg	4	36,46	44,15	38,97	-44
	Strømstad	4	36,38	56,31	45,24	-35
Greddost 38%	Norge	9	76,32	102,37	88,64	
	Göteborg	4	48,53	59,87	54,20	-39
	Strømstad	4	52,25	56,63	55,45	-37
Greddost Høng	Norge	5	84,75	97,25	88,75	
	Göteborg	2	52,46	58,53	55,50	-37
	Strømstad	2	52,46	58,53	55,50	-37
Yoghurt Litago/jr 125 g	Norge	9	3,68	4,40	4,12	
	Göteborg	3	2,33	2,62	2,43	-41
	Strømstad	4	2,53	2,61	2,58	-37
Yoghurt 1 l frukt	Norge	10	9,50	11,90	10,51	
	Göteborg	4	4,66	5,65	5,11	-51
	Strømstad	5	4,82	6,04	5,33	-49
Kavli smøreost 150 g	Norge	10	17,60	20,90	19,32	
	Göteborg	4	9,01	13,21	11,51	-40
	Strømstad	5	11,00	15,90	13,79	-29
Philadelfia 200 g	Norge	10	18,90	21,90	19,92	
	Göteborg	3	11,75	13,37	12,41	-38
	Strømstad	5	13,69	16,93	15,26	-23
12 store egg 63-73 g	Norge	10	22,90	29,88	25,38	
	Göteborg	4	12,64	16,97	15,07	-41
	Strømstad	5	12,88	21,29	15,92	-37
Gj snitt: Göteborg lavere enn i Norge						-33
Gj snitt: Strømstad lavere enn i Norge						-30

**Tabell 3-14: Forskjell på andre varer mellom Oslo og Göteborg og mellom Oslo og Strømstad. NOK Norge=100**

Andre varer		N	Min	Max	Gjennomsnitt	Norge=100
Sukker	Norge	10	9,90	12,90	11,12	
	Göteborg	4	7,49	8,87	7,92	-29
	Strømstad	5	7,25	9,32	8,32	-25
Twinings Earl Grey 50 poser	Norge	9	27,90	39,90	31,07	
	Göteborg	3	15,19	16,69	16,01	-48
	Strømstad	5	13,98	16,57	14,96	-52
Lipton Yellow Te 50 poser	Norge	10	22,00	31,90	24,92	
	Göteborg	4	10,12	13,73	11,21	-55
	Strømstad	5	11,54	14,95	13,10	-47
Lettøl boks	Norge	7	10,50	11,90	10,96	
	Göteborg	3	3,50	3,90	3,72	-66
	Strømstad	4	3,04	4,04	3,72	-66
Øl/Mellanøl boks	Norge	10	21,90	23,90	22,47	
	Göteborg	3	6,34	7,28	6,78	-70
	Strømstad	4	6,74	7,14	6,84	-70
Petterøs mild nr 3 50 g	Norge	10	94,50	97,90	96,05	
	Göteborg	1	51,77	51,77	51,77	-46
	Strømstad	5	54,28	59,55	56,94	-41
Sigarettpapir enkel Rizla	Norge	10	5,50	7,50	6,28	
	Göteborg	1	6,08	6,08	6,08	-3
	Strømstad	5	2,43	5,59	3,45	-45
Prince mild 20 pk	Norge	10	55,50	57,90	56,67	
	Göteborg	4	28,19	30,38	29,73	-48
	Strømstad	5	30,38	31,19	30,54	-46
Snus General 50 g	Norge	9	48,50	55,90	50,11	
	Göteborg	4	15,80	19,85	17,11	-66
	Strømstad	5	17,82	18,63	18,23	-64
Coca Cola box 10	Norge	8	8,90	10,50	9,54	
	Göteborg	2	3,48	4,43	3,76	-61
	Strømstad	2	3,48	3,48	3,48	-64
Coca Cola boks 24	Norge	8	8,90	10,50	9,54	
	Göteborg	3	2,67	3	2,89	-70
	Strømstad	5	2,53	3,27	2,91	-69
Coca Cola boks 48	Norge	8	8,90	10,50	9,54	
	Göteborg					
	Strømstad	5	2,53	2,94	2,73	-71
Gj snitt: Göteborg lavere enn i Norge						-51
Gj snitt: Strømstad lavere enn i Norge						-55

### 3.3 Importerte varer til Sverige

Det er et visst innslag av importerte kjøttvarer spesielt i de grensenære områdene i Sverige (Lavik og Dulsrud 2000, Bruksås et al 2001b). Vi har sammenlignet hhv prisen på de svenskproduserte og importerte kjøttvarene med de norskproduserte, men ikke skilt mellom Strømstad og Göteborg. I våre data er det noen flere importerte varer pr butikk i Strømstad enn i Göteborg.

De importerte varene er billigere enn de svenskproduserte. Samlet sett er likevel de svenske kjøttvarene langt rimeligere enn de norske, hele 46 prosent.

I tillegg finner vi forskjeller mellom både blant de svenskproduserte varene og de importerte kjøttvarene mellom Strømstad og Göteborg. Dette tyder på at de svenske grenseområdene driver en offensiv pris konkurranse overfor norsk side. I undersøkelsen fra 1999 (Lavik og Dulsrud 2000) virket det ikke som om det ble gjort selektive tiltak fra norsk side for å møte denne utfordringen. Denne gangen hadde vi dessverre ikke med for eksempel Haldenområdet slik vi hadde forrige gang. Vi kan derfor ikke være sikre på at norsk side ikke utfordrer grensehandelen. For eksempel er Smart Club etablert i Råde i Østfold, og denne butikken konkurrerer sterkt på pris (Lavik 2000). Egentlig burde denne vært inkludert i prisundersøkelsen.

**Tabell 3-15: Forskjeller på svenskproduserte og importerte varer med de norske. Norge = 100**

		N	Gjennomsnitt	Norge=100
Okse indrefile	Norsk	7	239,97	
	Svensk	7	197,10	-18
	Imp Sverige	2	129,01	-46
Oksestek	Norsk	5	113,00	
	Svensk	7	59,10	-48
	Imp Sverige	3	45,37	-60
Entrecote	Norsk	9	148,59	
	Svensk	9	105,00	-29
	Imp Sverige	3	71,97	-52
Karbonadedeig	Norsk	10	102,75	
	Svensk	9	40,63	-60
	Imp Sverige	5	30,84	-70
Kjøttdeig	Norsk	10	72,15	
	Svensk	8	35,19	-51
	Imp Sverige	3	27,36	-62
Indrefile svin	Norsk	7	173,29	
	Svensk	6	107,74	-38
	Imp Sverige	7	76,90	-56
Roastbiff	Norsk	10	268,17	
	Svensk	8	138,13	-48
	Imp Sverige	2	124,77	-53
Bacon stykk	Norsk	9	111,17	
	Svensk	7	43,16	-61
	Imp Sverige	1	44,48	-60
Bacon skiver	Norsk	10	159,86	
	Svensk	9	56,14	-65
	Imp Sverige	7	55,55	-65



		N	Gjennomsnitt	Norge=100
Wienerpølser	Norsk	10	52,52	-17
	Svensk	8	43,34	
	Imp Sverige	3	51,55	
Salami oppskåret	Norsk	10	158,40	-50
	Svensk	8	78,47	
	Imp Sverige	5	55,17	
Kyllingbryst frossen	Norsk	3	188,79	-62
	Svensk	9	70,81	
	Imp Sverige	4	56,46	
Svenske varer billigere enn norske				-46
Importerte varer til Sverige billigere enn de norske				-55

Tabell 3-16: Omfanget av svenske og importerte varer i Sverige

	Göteborg – 4 butikker		Strömstad – 5 butikker	
	Antall svenske	Antall importerte	Antall svenske	Antall importerte
Indrefile storfe	3		4	2
Oksesstek	3	1	4	2
Entrecote	4	1	5	2
Karbonadedeig	4	2	5	3
Kjøttdeig	4	1	4	2
Indrefile svin	4	3	2	4
Roastbiff	4	1	4	1
Bacon stykk	2		5	1
Bacon skiver	4	3	5	4
Wienerpølser	4		4	3
Salami	4	2	4	3
Kyllingbryst frossen	4	1	5	3
Sum	44	15	51	30
Ant svenske og importerte varer pr butikk	11	4	10	6

Tabell 3-17: Forskjeller mellom Göteborg og Strömstad, svenske og importerte varer. NOK Göteborg = 100

NOK	Svenske varer				Importerte varer				
VARE	OMRÅDE	Gj.sn	N	Prosentforskjell	VARE	OMRÅDE	Gj.sn	N	Prosentforskjell
Rostbiff ikke frossen oppskåret/skivet Svensk	Göteborg	147,45	4	-13	Stek fransyska (Oksesstek) u ben ikke frossen: Irsk	Göteborg	47,80	1	-8
	Strömstad	128,81	4			Strömstad	44,15	2	
Nötfilé (Indrefile) ikke frossen: Svensk	Göteborg	223,33	3	-21	Entrecote i skiver u ben, ikke frossen: Irsk	Göteborg	79,39	1	-14
	Strömstad	177,42	4			Strömstad	68,26	2	
Stek fransyska (Oksesstek) u ben ikke frossen: Svensk	Göteborg	62,31	3	-9	Nötfärs (Karbonadedeig) ikke frossen Irsk	Göteborg	28,27	1	13
	Strömstad	56,55	4			Strömstad	32,00	3	
Entrecote i skiver u ben, ikke frossen: Svensk	Göteborg	106,53	4	-3	Kjøttfärs av nöt, ca 14% fett ikke frossen Irsk (30/70)	Göteborg	28,27	1	-5
	Strömstad	103,78	5			Strömstad	26,90	2	

NOK \ VARE	Svenske varer				Importerte varer				
	OMRÅDE	Gj.sn	N	Prosent-forskjell	VARE	OMRÅDE	Gj.sn	N	Prosent-forskjell
Nötfärs (Karbonade-deig) ikke frossen Svensk	Göteborg	40,44	4	1	Fläskfilè (Indrefilet) ikke frossen Dansk	Göteborg	80,46	3	-8
	Strømstad	40,78	5			Strømstad	74,23	4	
Kjøttfärs av nöt, ca 14% fett ikke frossen Svensk	Göteborg	34,38	4	5	Bacon skiver uten svor Dansk	Göteborg	58,77	3	-10
	Strømstad	36,01	4			Strømstad	53,14	4	
Fläskfilè (Indrefilet) ikke frossen Svensk	Göteborg	113,40	4	-15	Salami oppskåret Dansk/annet land	Göteborg	59,51	2	-12
	Strømstad	96,41	2			Strømstad	52,28	3	
Kotlett (Svinekotelett) skivet ikke frossen Svensk	Göteborg	48,35	4	-12	Kyllingbryst/File frossen Dansk	Göteborg	68,32	1	-23
	Strømstad	42,73	5			Strømstad	52,51	3	
Nakkekoteletter/fläskcarre, skivet ikke frossen Svensk	Göteborg	35,79	4	-10					
	Strømstad	32,36	5						
Skinkstek (Skinkestek uten ben), ikke frossen Svensk	Göteborg	53,13	3	-15					
	Strømstad	44,93	5						
Sidefläsk med ben (Ribbe) ikke frossen Svensk	Göteborg	37,47	3	-22					
	Strømstad	29,38	5						
Bacon i hele stykker Svensk	Göteborg	46,10	2	-9					
	Strømstad	41,98	5						
Falukorv, ikke frossen Svensk	Göteborg	21,54	3	17					
	Strømstad	25,22	5						
Wienerpølser Svensk	Göteborg	46,30	4	-13					
	Strømstad	40,39	4						
Stekt pannbiff (karbonader) Svensk	Göteborg	31,49	2	23					
	Strømstad	38,62	5						
Kokt skinka oppskåret urøkt Svensk	Göteborg	67,99	3	-12					
	Strømstad	60,10	5						
Salt kjøtt (Okserull) oppskåret Svensk	Göteborg	100,84	4	-10					
	Strømstad	91,04	5						
Bacon skiver uten svor Svensk	Göteborg	53,56	4	9					
	Strømstad	58,20	5						
Salami oppskåret Svensk	Göteborg	78,27	4	1					
	Strømstad	78,67	4						
Kyllingbryst/File fersk Svensk	Göteborg	112,56	3	-29					
	Strømstad	80,16	2						

NOK VARE	Svenske varer				Importerte varer				
	OMRÅDE	Gj.sn	N	Prosent- forskjell	VARE	OMRÅDE	Gj.sn	N	Prosent- forskjell
Kyllingbryst/File frossen Svensk	Göteborg	72,64	4	-5					
	Strømstad	69,35	5						
Hel rå kylling fersk Svensk	Göteborg	26,42	3	-2					
	Strømstad	25,84	2						
Hel frossen kylling Svensk	Göteborg	16,17	4	6					
	Strømstad	17,20	5						
Kyllingvinger frosne Svensk	Göteborg	18,43	3	-19					
	Strømstad	14,88	5						
Kalkunfile fersk Svensk	Göteborg	113,96	3	-11					
	Strømstad	101,27	1						
<b>Gjennomsnittlig prosent- forskjell</b>				<b>-7</b>					<b>-8</b>



## 4 Prisforskjeller på merkevarer

Av Arne Dulsrud og Randi Lavik<sup>13</sup>

### 4.1 Innledning

Bakgrunnen for dette kapittelet er den oppmerksomheten som har vært omkring prisene på importerte merkevarer i dagligvarehandelen, som sjokolade, hygieneartikler, drikkevarer mv. Tidligere har det vært påpekt at prisene for en og samme internasjonale merkevare varierte sterkt mellom Norge og Sverige, selv om det ble tatt hensyn til ulike avgifter mv (Aftenposten 23.09.02). Medieoppslag førte til en opphetet debatt mellom representanter for merkevareprodusenter og dagligvarekjedene, der man var uenige om forskjeller mellom Norge og Sverige i det hele tatt var av betydning, og hvor representative de eksemplene var for eventuelle forskjeller mellom Norge og Sverige. Her ble påstand stående mot påstand.

Internasjonale merkevarer som selges i Norge og Sverige, leveres ofte fra en og samme produsent, selv om dette ikke alltid er tilfelle<sup>14</sup>. For mange av disse merkevarene skulle en derfor anta at pris fra leverandør til kjede skulle være noenlunde like. Prisforskjeller mellom Norge og Sverige kan imidlertid oppstå som følge av forskjeller i toll, moms- og avgiftspolitik, eller at det er ulike driftskostnader og fortjenestemarginer i dagligvaredistribusjonen. En annen forklaring kan være at prispresset på de produktene vi studerer er sterkere i det ene landet enn i det andre.

For forbrukerne har eventuelle prisforskjeller i Norge og Sverige en prinsipiell betydning. Markedsprisene påvirker forbrukernes velferd, og de bestemmer hvor mye vi kan få for husholdningsbudsjettet vårt. Derfor kan det i første omgang være interessant å vite om internasjonale merkevarer konsekvent selges billigere i Sverige enn i Norge. Og hvor store er i så fall forskjellene? Varierer prisforskjellene mellom ulike produktgrupper? Hensikten med dette kapittelet er å gi svar på disse spørsmålene.

I prissammenligningene spør vi om prisene i Sverige er lavere enn i Norge. Det betyr at eventuelle differanser mellom Norge og Sverige prosentberegnes med utgangspunkt i de prisene vi finner i Norge, slik vi har gjort tidligere i rapporten. Vi har korrigert for forskjeller i valuta ved å konvertere svenske kroner (SEK) til norske kroner (NOK). Deretter har vi beregnet gjennomsnittsprisen for produktet i Norge og Sverige. I tillegg presenterer vi tabeller der vi har korrigert for valuta samt eventuelle variasjoner i moms, avgifter og toll.

---

<sup>13</sup> Dette kapittelet er tidligere utgitt i et eget notat av Arne Dulsrud og Randi Lavik (2003)

<sup>14</sup> Mange internasjonale merkevareleverandører, som for eksempel Coca Cola, har egne produksjonsanlegg og tapetrier i ulike land. Av denne grunn er ikke Coca Cola med i undersøkelsen.

## 4.2 Avgifter, toll, eksportstøtte og valuta

### 4.2.1 Merverdiavgift

**Merverdiavgiften** er en generelle avgift og varierer for en rekke land og produktgrupper. I Norge var merverdiavgiften på mat og alkoholfrie drikkevarer 12 prosent i 2002, det samme som i Sverige. Merverdiavgiften på ikke-mat, eller "non-food" er 24 prosent i Norge og 25 prosent i Sverige – 2002.

### 4.2.2 Særaggift og toll

I Norge er det ellers **særaggifter** på en rekke produkter. De produktene vi har med i undersøkelsen er det sjokolade- og sukkeravgift på After Eight og Snickers, mens O'boy har ikke denne avgiften<sup>15</sup>. Særagiften for sjokolade og sukker (avgift på sjokolade- og sukkervarer) i Norge var kr 14,85 pr kg i 2002.<sup>16</sup> Det er også toll<sup>17</sup> på pastaprodukter, kr 1,53 pr kg (tollvarenr 19.02.1900). Det er også toll på Uncle Ben's Chinese sweet & Sour, After Eight og Snickers. Tollsatsen på disse varene har det ikke vært mulig å få oversikt over. Uncle Ben's Chinese sweet & sour saus har også emballasje av glass, og her er et frivillig vederlag på kr 0,127 for gjenvinning, altså nesten 13 øre. Disse avgiftene er så små at de ikke er konkurransevridende. Vi tar derfor ikke hensyn til denne, ettersom de har også slike frivillige vederlag i Sverige (samtale med Norsk Glassgjenvinning). Tollsatsene beregnes etter prosentvis innhold av de råvarer som er tollbelagt. For å kunne beregne dette, må vi enten ha resepten eller at importøren er villig til å oppgi tollstørrelsen. Reseptene er hemmelige, og enkelte importører ønsket heller ikke å oppgi selve tollbeløpet med henvisning til at det var bedriftshemmeligheter.

#### Særaggiftene og tollsatsene på noen av produktene er (2002):

Snickers 85 g - sukkeravgiften	kr 1,26
After Eight 400 g - sukkeravgiften	kr 5,94
Pasta Buitoni Eliche 500 g - toll	kr 0,77
Uncle Ben's Chinese sweet & sour 400 g	Toll ukjent
Snickers 85 g	Toll ukjent
After Eight 400 g	Toll ukjent

Det er ikke toll på produkter som importeres til Sverige fra andre EU-land.

I tillegg er det en Forskningsavgift og en Næringsmiddelavgift på en rekke næringsmiddelprodukter. Noen ganger er det bare Forskningsavgift, noen ganger bare Næringsmiddelavgift og andre ganger begge deler. Prosentatsene av disse avgiftene varierer. Forskningsavgiften ligger stort sett på 0,20 eller 0,30 prosent, mens Næringsmiddelavgiften er stort sett på 0,92 prosent eller 1,16 prosent (Toll og avgiftsdirektoratet: Rundskriv 2001/5022). På importerte næringsmiddelprodukter beregnes disse avgiftene av tolldeklarasjonene som er en cif-verdi. På norske produkter beregnes disse av pris fra produsent til grossist, etter fratrukk fra evt pakkeomkostninger. Disse avgiften har vi heller ikke tatt hensyn til i våre beregninger ettersom de er problematisk for oss å beregne og de vil utgjøre en liten andel av prisen.

<sup>15</sup> Vedtak om avgift på alkoholfrie drikkevarer mv, Fastsatt av Stortinget 28. november 2001, for budsjettåret 2002. § 2 Unntak for særaggift – d) varer i pulverform.

<sup>16</sup> St prp. Nr 1 (2201-2002). I 2003 er den på kr 15,18 (St.prp. nr 1 2002-2003)

<sup>17</sup> [www.toll.no/tariff](http://www.toll.no/tariff)

### 4.2.3 Eksport fra Norge til Sverige (EU)

På pizza som er produsert i Norge og solgt i utlandet er det et avgiftsfritak for eksport på kr 7,89 pr kg pr kg. På Pizza Grandiosa 585 g vil dette utgjøre kr 4,61 (beregnet ut fra dagens satser pr 06.01.2003). I tillegg er det importtoll til EU. For Pizza Grandiosa er denne tollene 0,42 Euro pr kg, dvs 0,24 Euro for Pizza Grandiosa 585 g (opplysninger fra Stabburet, 7 jan 2003).

Gjennomsnittsprisen for Pizza Grandiosa i Sverige var 23,61 i NOK. Uten eksportstøtte på kr 4,61 ville denne pizzaen i Sverige kostet NOK 28,22. I tillegg kommer toll til EU på kr 1,81 som er en del av prisen. Denne må da trekkes fra. Vi får da en korrigert pris for Pizza Grandiosa på kr 26,41 når vi har korrigert for eksportstøtte og toll.

Imsdal eksportert til Sverige er det ingen toll. Det var heller ingen emballasjeavgift i 2002 siden det var pant på flaskene – både i Norge og Sverige. Prisene er oppgitt uten pant.

### 4.2.4 Valuta

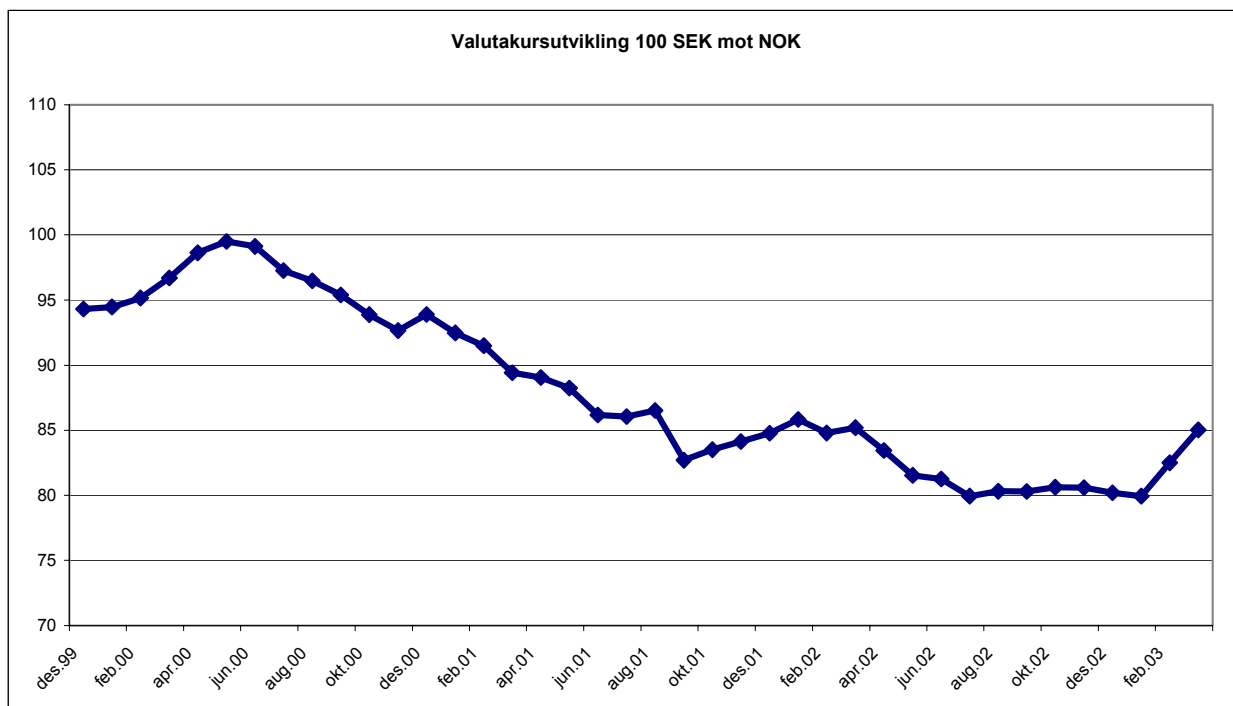
Valutaen er beregnet ut fra gjennomsnittet av de siste 14 dagene i oktober 2002. Den var da 0,81015, dvs at for 100 SEK betalte man 81,015 NOK. Dette betyr at for en vare som koster 100 NOK i Norge og 100 SEK i Sverige, vil den samme varen omregnet til NOK bli 19 prosent billigere i Sverige enn i Norge.

Euro er også beregnet for de siste 14 dagene i oktober 2002. Denne var kr 7,529 i den perioden.

Et viktig spørsmål når man sammenligner prisutviklingen mellom land med ulik valuta er om endringer i valutaenes styrkeforholdet slår ut i prisen for importerte varer. Som vi så av pris-sammenligningene, var det en rekke produkter som hadde likelydende priser oppgitt i NOK og SEK. Det skulle bety at forskjellene i pris for importerte varer mellom Norge og Sverige er følsomme for endringer i valutaen. Dersom den norske kronen over en lengre tid har styrket seg i forhold til eksportlandenes valuta, skulle man fra et forbrukerhold forvente lavere priser på importerte varer. I sammenligning mellom kursen på norsk og svensk krone over de siste et og et halvt år (se figur1) viser en vedvarende svekkelse av svensk krone i forhold til den norske. Jo mer konkurranseutsatte markedene er, jo raskere vil endringer i kronekursen virke inn på prisene. I andre bransjer har vi registrert at kronekursen har virket til å redusere prisene, jf reiselivsbransjen. Et spørsmål for framtiden er om vi vil kunne registrere en tilsvarende endring for de importerte merkevarene.

Under dette punktet skal vi vise til endringene i valutaforskjellene mellom den norske (NOK) og svenske krone (SEK) over tid. Ut fra et forbrukerpolitisk perspektiv bør ikke valutautviklingen forklare prisforskjeller mellom land. Dersom den norske kronen styrker seg i forhold til valutaen hos våre handelspartnere, skal det i prinsippet bli billigere å importere varen. I utgangspunktet bør denne fordelene komme forbrukeren til gode i form av lavere priser. Dersom dette ikke skjer, vil det finnes et ledd i kjeden som tjener på en sterkere kronekurs. Forbrukerrådet har gjentatte ganger tatt opp slike saker, bl a når bensinprisene i Norge ikke reflekterer fallet i dollarkursen.

I det virkelige liv vil ikke prisene for importerte varer i Norge følge endringer i valutakursene automatisk. De fleste selgerne i et distribusjonssystem ønsker å opprettholde stabile priser. Med fluktuerende valuta på kort sikt vil importører noen ganger tjene og andre ganger tape på valutaforskjellene. På den annen side forventes det at et betydelig fall i handelspartnernes valuta over lang tid, bør resultere i en reduksjon av prisene til norske forbrukere. At aktørene holder tilbake prisreduksjoner ville være en indikasjon på mangelfull konkurranse på ett eller flere ledd. I den følgende figur vises forskjeller i valutautviklingen av 100 SEK mot NOK.



Kilde [www.norges-bank.no/](http://www.norges-bank.no/)

**Figur 4-1: Valutautvikling av SEK i forhold til NOK. SEK=100. (Des 99-mars 2003)**

Figuren viser at det har vært kraftige endringer i valutakursutviklingen mellom Norge og Sverige de siste tre år. Fra mai 2000 til juni 2002 sank SEK med bortimot 20 prosentpoeng i forhold til NOK, eller prosent siden kursen i juni 2000 var omtrent lik. Det ble altså 20 prosent billigere å kjøpe svensk valuta med norske kroner. I løpet av fjoråret sank SEK med rundt regnet 6 prosentpoeng i forhold til NOK. Et nærliggende spørsmål er om valutautviklingen i seg selv har ført til større prisforskjeller mellom Norge og Sverige. Nå kjenner vi dessverre ikke tidligere prisforskjeller på disse produktene mellom Sverige og Norge. Dersom prisene i Sverige målt i SEK og prisene i Norge målt i NOK hadde forholdt seg konstant over lengre tid, ville valutakursutviklingen alene ha forklart prisforskjellene. I vår undersøkelse har vi ikke kunnet gi noe svar på dette spørsmålet, da vi ikke har foretatt tilsvarende prismålinger på tidligere tidspunkt. Skjer det likevel en ytterligere svekking av SEK i forhold til NOK, bør vi i framtiden forvente en reduksjon av prisforskjellene mellom Norge og Sverige for de varene vi har undersøkt.

Til slutt vil vi nevne at de importerte merkevarene utgjør ikke noen dominerende del av våre årlige husholdningsutgifter, og forskjellene påvirker ikke vår levestandard i vesentlig grad. Vår undersøkelse viser likevel til prismessige forskjeller mellom Norge og Sverige som har en prinsipiell interesse for forbrukerne.

## 4.3 Resultater og diskusjon

### 4.3.1 Resultater prisforskjeller

I vårt utvalg fant vi at internasjonale merkevarer stort sett selges billigere i Sverige enn i Norge, selv om forskjellene varierte fra produkt til produkt. I gjennomsnitt var prisene for de utvalgte produktene 21 prosent billigere i Sverige enn i Norge. De største forskjellene var på 35 prosent for After Eight 400 og Pasta Buitoni Eliche 500 g og 34 prosent (O'boy refill 1000 gr).



Pastaen har få registreringer både i Norge og Sverige, så denne må tolkes noe forsiktig, og det samme har O'boy i Norge. Prisforskjellen mellom Norge og Sverige for de undersøkte varene var tydelige, selv om de ikke er så store som enkelte eksempler som ble trukket fram i debatten tidligere antydnet<sup>18</sup>. At vi har kommet til et annet resultat kan skyldes at vi har benyttet flere registreringer for et og samme produkt, og sammenlignet gjennomsnittet av disse.

Vi fant også at prisforskjellene varierte fra produkt til produkt. For fire av produktene var forskjellene små. Det var Lipton Yellow label Tea 20 poser (det eneste produktet som var dyrere i Sverige enn i Norge), Gillette Barberblad, Pizza Grandiosa, samt Snickers (etter å ha kontrollert for sjokolade- og sukkeravgiften).

Forskjellig toll og avgiftspolitikkk kan som nevnt bidra til prisforskjeller mellom Norge og Sverige. Vi har tatt hensyn til ulikheter i toll og avgifter mellom Norge og Sverige, og finner at prisforskjellene modereres, uten at de på noen måte utjevnes. Prisforskjellen på After Eight blir for eksempel redusert fra 35 prosent til 25 prosent når vi korrigerer for særavgiften sjokolade- og sukkeravgiften som bare gjelder i Norge. Også prisforskjellen for Snickers på 25 prosent ble redusert til 11 prosent når vi tar hensyn til den samme sjokolade- og sukkeravgiften. Prisforskjellene på disse produktene kunne kanskje blitt redusert litt til hvis vi hadde hatt anledning til å korrigere for mulige forskjeller i toll, opplysninger vi ikke fikk tilgang til. I tillegg til toll og særavgifter, er det Forskningsavgift og Næringsmiddelavgift på en rekke næringsmiddelprodukter. Disse varierer fra 0,20 til litt over en prosent, og er ikke tatt hensyn til i beregningene. De vil uansett forklare lite når prisforskjellene er av en viss størrelse.

På tross av at prisforskjellene mellom Norge og Sverige varierer fra produkt til produkt, finner vi noen generelle trekk. Prisforskjellene så ut til å være størst når det gjaldt enkelte sjokoladeprodukter, samt "non-food"produkter som såpe/sjampo/-barberskum/tannbørste og hundefôr. Disse varene var mer enn 25 prosent billigere i Sverige enn i Norge. Prisforskjellene for disse varene overstiger i vesentlig grad forskjellen i kronverdien, som på undersøkelsestidspunktet var på 19 prosent (100 SEK=81 NOK).

De fleste andre varene vi sammenlignet var om lag 20 prosent billigere i Sverige enn i Norge. Her finner vi matvarer som kaffe, te, rosiner samt artikler som sanitetsbind mv. Denne forskjellen tilsvarer omtrent valutaforskjellen. Det vil si at varene langt på vei kostet det samme når varen oppgis i NOK og SEK.

Vi fant ellers små forskjeller mellom Göteborg og Strömstadsområdet i Sverige.

Vårt datagrunnlag gir oss ikke muligheten til å forklare hva hele prisforskjellen skyldes, selv om noe kan forklares med særavgifter i Norge og toll til Norge. Vi har målt utsalgsprisene på butikkledet, og har ikke hatt adgang til å registrere inntaksprisen for varene. Derfor kan vi ikke si om det er merkevareleverandøren, importøren eller dagligvarekjedene som har skyld i forskjellene. Våre resultater ansporer likevel til noen refleksjoner knyttet til forskjellene mellom Norge og Sverige.

#### 4.3.2 Diskusjon

En rekke forhold kan bidra til å forklare prisforskjeller mellom identiske produkter i Norge og Sverige. Her finner vi forskjeller mellom toll, avgifter, frakt- og distribusjonskostnader, ulike rabattordninger osv. Også konkurransen innen de enkelte delmarkedene vil være avgjørende, herunder relasjonen mellom merkevareprodusent, eventuell importør og detaljist. Denne undersøkelsen er beskrivende, og vi har ikke kunnet ta høyde for alle disse momentene.

De fleste av varene vi sammenlignet hadde en prisforskjell i butikkene som tilsvarte valutaforskjellen mellom Norge og Sverige, dvs ca 20 prosent. Prisen var omtrent den samme oppgitt i NOK og SEK. I praksis kan forskjellene være en kombinasjon av en eller flere forklaringer. Forskjellene kan forklares ved at merkevareleverandøren selger varen billigere i Sverige

<sup>18</sup> Vi viser her til Aftenpostens oppslag av 23.09.02 som viste til at After Eight var 60 prosent billigere i Sverige enn i Norge.

enn i Norge, at svenske dagligvarekjeder opererer med lavere marginer enn de norske eller en kombinasjon av disse forklaringene. Da vi kun har opplysninger om prisen fra butikkledet, er det vanskelig å gi noe endelig svar. En mer grundig undersøkelse forutsetter kjennskap til butikkjedenes innpriser. Denne type informasjon er det ikke lett å få tak i.

Etter vår mening er det flere spørsmål som kan stilles i forbindelse med omsetningen av merkevarer i Norge og Sverige. Det er hevdet at norske dagligvarekjeder kjøper inn sine merkevarer gjennom en norsk eneimportør (Aftenposten 23.09.02), mens de svenske kjedene primært importerer direkte fra produsenten uten mellomledd. Dersom denne påstanden er tilfellet vil det i Norge være et fordyrende mellomledd, som i sin tur bidrar til et ekstra påslag. Såkalte doble påslag kan fordyre varene.

Dersom vi bare finner én importør som selger varen videre til innenlandske grossister eller detaljister, kan dette bidra til å redusere såkalt "intra-brand" konkurranse (Sørgard 1998). Fraværet av konkurranse mellom importører kan således bidra til å høyne prisene. En mekanisme som kan bidra til å styrke "intra-brand" konkurranse, er såkalt parallellimport. Det vil si at en aktør eller en butikkjede importerer merkevarene direkte fra en utenlandsk leverandør eller distributør uten å gå veien om en nasjonal importør. I et konkurransepolitisk perspektiv anses adgangen til parallellimport som viktig for å hindre at en internasjonal merkevarereprodusent skal kunne ta høyere fortjeneste i et land i forhold til et annet. Ideelt sett er parallellimport riset bak speilet for nasjonal overprising (Konkurrenserverket 2002). Trusselen om parallellimport kan bidra til at merkevareleverandøren harmoniserer sine priser fra land til land. Det kan synes som om muligheten for parallellimport i liten grad benyttes av norske dagligvaregrupper.

## 4.4 Dataanalyse

Dataanalysedelen er delt i fire. I første del – del 3.1 - ser vi på gjennomsnittlig prisdifferanse mellom Norge og Sverige målt i prosent. Sammenligningsgrunnlaget er Norge så hvis prisen er lavere i Sverige enn Norge, vil prosenten bli negativ, dvs si at varen er så og så mange prosent billigere i Sverige enn i Norge. I den andre delen – del 3.2 - har vi sammenlignet gjennomsnittlig prisforskjell mellom Norge (Oslo) og Strømstad, og Norge (Oslo) og Göteborg. Dette er for å få en indikasjon på om prisene er lavere ved grensen i Sverige enn lengre inne landet. I disse to delene har vi sammenlignet prisene i NOK, og alle avgifter er inkludert. I tredje del – del 3.3 - har vi sammenlignet prisene i Norge og Sverige ved å se på prisforskjellene uten å korrigere for valuta for å få en oversikt over prisforskjellene når ikke vi tar hensyn til valutaen. Jo nærmere den prosentvise forskjellen er 19 prosent, dvs 19 prosent lavere i Sverige enn i Norge, jo mer av prisforskjellene mellom Norge og Sverige blir forklart med valutakursene (pr oktober 2002). I siste del – 3.4 har vi korrigert for alle avgifter, og samtidig tatt hensyn til valutakursene. Vi får da en oversikt over avgiftenes betydning. Vi har ikke regnet med og uten merverdiavgift da den er lik for matvarer i begge land, 12 prosent, og nesten lik for "non-food", hhv 24 prosent i Norge og 25 prosent i Sverige.

### 4.4.1 Prisforskjeller mellom Sverige og Norge

De tre tabellene i denne delen viser prisforskjellene mellom Sverige og Norge slik de vil fremstå for forbrukerne.

**Tabell 4-1: Internasjonale merkevarer - mat, sammenligning mellom Sverige og Norge. Norge=100. NOK**

	LAND	N	Minimum NOK	Maximum NOK	Gjennomsnitt NOK <sup>19</sup>	Sverige prosent lavere enn Norge
Snickers Masters Food 85 g	Norge	10	8,00	9,90	9,07	<b>-25</b>
	Sverige	5	5,63	7,25	6,84	
After Eight 400 g	Norge	6	36,90	59,90	52,73	<b>-35</b>
	Sverige	7	24,22	40,43	34,51	
O'boy refill 1000 g	Norge	4	34,00	45,50	39,33	<b>-34</b>
	Sverige	9	20,21	32,32	25,86	
Twinings, Earl Grey Tea, 25 poser konvolutt	Norge	10	15,50	17,90	16,86	<b>-21</b>
	Sverige	8	11,30	14,50	13,29	
Twinings, Earl Grey Tea, 200 g løs te (boks)	Norge	10	30,00	34,50	32,80	<b>-16</b>
	Sverige	5	23,09	31,19	27,45	
Lipton Yellow label Tea 20 poser, konvolutt	Norge	10	8,00	10,00	9,21	<b>3</b>
	Sverige	9	7,90	11,75	9,46	
Nescafé gull, fyldig aromatisk, 100 kopper, 200 g	Norge	10	44,90	64,90	58,35	<b>-21</b>
	Sverige	9	42,86	52,66	46,35	
Nescafé gull, fyldig aromatisk, 50 kopper, 100 g	Norge	10	37,70	44,50	39,97	<b>-20</b>
	Sverige	6	29,65	36,38	31,84	
Sun-Maid Californiske rosiner, 250 g pakke	Norge	6	9,90	11,90	10,97	<b>-21</b>
	Sverige	5	7,70	9,32	8,65	
Pasta, Buitoni Eliche 500 g	Norge	2	9,90	13,90	11,90	<b>-35</b>
	Sverige	4	7,37	8,06	7,79	
Uncle Bens kinesisk sweet & sour, 400 g glass	Norge	9	15,00	19,00	16,92	<b>-16</b>
	Sverige	8	11,33	16,93	14,28	
<b>Gjennomsnitt av prosentforskjellene for Internasjonale merkevarer – mat (11 produkter)</b>						<b>-22</b>

<sup>19</sup> Kursen som er brukt er NOK 81,015 for 100 SEK. Det er en gjennomsnittskurs for de siste 14 dagene i oktober 2002.

**Tabell 4-2: Internasjonale merkevarer – "non-food". Sammenligning mellom Sverige og Norge. Norge=100. NOK**

	LAND	N	Minimum	Maximum	Gjennomsnitt	Sverige prosent lavere enn Norge
Colgate total 75 ml	Norge	10	14,90	19,90	17,71	<b>-12</b>
	Sverige	9	14,18	17,74	15,67	
L'Oreal shampoo, Nutri - ceramide for tørt skadet hår, 250 ml	Norge	10	28,00	35,90	32,47	<b>-31</b>
	Sverige	7	20,17	26,65	22,34	
Wella shampoo for normalt hår - with natural fruitwaxes, 250 m	Norge	10	24,00	31,90	28,57	<b>-30</b>
	Sverige	7	18,39	22,60	20,03	
Dove Cream Wash Soap m pumpe 250 ml	Norge	10	25,00	31,50	28,75	<b>-26</b>
	Sverige	9	17,66	26,65	21,36	
Gillette Barberblad 3, Mach, 8 pk	Norge	10	99,00	125,00	113,57	<b>-9</b>
	Sverige	6	93,17	112,61	102,94	
Gillette, regular barberskum, 200 ml (rød og hvit sprayboks)	Norge	10	22,90	29,90	27,30	<b>-25</b>
	Sverige	8	13,76	25,84	20,35	
Always Ultra normal pluss 14 stk	Norge	10	19,90	30,90	28,21	<b>-21</b>
	Sverige	9	16,93	25,84	22,19	
Libresse invisible clip normal m vinger 3, 14 stk	Norge	10	19,90	31,90	28,51	<b>-20</b>
	Sverige	9	19,85	25,84	22,82	
Friskies Adult Vitality kjøtt 4 kg	Norge	7	74,00	84,90	79,29	<b>-27</b>
	Sverige	7	50,23	64,00	57,91	
<b>Gjennomsnitt av prosentforskjellene for Internasjonale merkevarer – non-food (9 produkter)</b>						<b>-22</b>

**Tabell 4-3: Norske merkevarer – mat og "non-food". Sammenligning mellom Sverige og Norge. Norge=100. NOK**

	LAND	N	Minimum NOK	Maximum NOK	Gjennomsnitt NOK	Sverige prosent lavere enn Norge
Imsdal Kildevann (Norge), 1,5 liter	Norge	10	11,00	13,50	12,29	<b>-15</b>
	Sverige	4	9,32	12,07	10,49	
Pizza Grandiosa 585 g	Norge	10	23,50	28,90	25,45	<b>-7</b>
	Sverige	5	21,47	25,52	23,61	
Jordan tannbørste, active tip medium	Norge	10	15,90	20,00	17,63	<b>-28</b>
	Sverige	8	11,14	14,50	12,65	
Jordan tannbørste, multi action, soft/medium	Norge	10	18,90	21,90	20,00	<b>-17</b>
	Sverige	9	14,79	19,36	16,69	
<b>Gjennomsnitt av prosentforskjellene av mat og non-food (4 varer)</b>						<b>-17</b>

Gjennomsnittlig prosentforskjell av disse 24 produktene er 21 prosent.

Når vi ser bort fra avgifter er det en del av matvareproduktene som viser ganske store forskjeller, som enkelte sjokoladeprodukter og pastaen. Kaffe og te er ca 20 prosent billigere i Sverige enn i Norge.

Ellers er noen av "non-food"produktene også ganske mye rimeligere i Sverige enn i Norge, uten at avgifter kan forklare dette. Dette gjelder alle de tre hygieneproduktene, sjampo og såpe. Også Friskies (hundefor 4 kg) og Gillette barberskum ligger nesten 30 prosent lavere i Sverige enn i Norge.

Av de fire norske merkevarerne er det den ene tannbørsten – Jordan multi action - som skiller seg ut. Den er 28 prosent lavere i Sverige enn i Norge. Pizza Grandiosa er 7 prosent billigere. Dette produktet får råvarekompensasjon i Norge for å selge til utlandet. Dessuten betales det toll til Sverige. Når det er korrigert for disse forholdene (dvs hvis det ikke var gitt eksportstøtte og om det ikke var toll på det eksporterte produktet, ville Pizza Grandiosa vært dyrere i Sverige enn i Norge.

For mange produkter er forskjellen omkring 20 prosent. Det betyr at prisforskjellen er tilnærmet lik valutaforskjellen, som er på ca 19 prosent (for 100 SEK betaler vi 81 NOK. Om disse forskjellene har økt i takt med styrking av den norske kronen, vet vi ikke. Det kan jo tenkes at en styrking av den norske kronen ikke har ført til billigere varer for den norske forbruker, som er egentlig den som skal dra nytte av lavere priser på importerte varer, som de internasjonale merkevarerne er.

#### 4.4.2 Prisforskjeller mellom Strømstad og Norge (Oslo), og Göteborg og Norge (Oslo)

I de neste tre tabellene viser vi forskjeller mellom hhv Strømstad og Norge og Göteborg og Norge. Vi vil gjerne vite om prisene på disse merkevarerne er forskjellig om en sammenligner med Göteborg eller Strømstad, siden Strømstad er et grensenært område til Norge.

**Tabell 4-4: Internasjonale merkevarer – mat – sammenligning mellom Strømstad og Norge (Oslo) og Göteborg og Norge (Oslo). NOK**

		N	Minimum NOK	Maximum NOK	Gj.snitt NOK	Strømstad og Göteborg prosent billigere enn Oslo
Snickers Masters Food 85 g	Oslo	10	8,00	9,90	9,07	<b>-21</b>
	Strømstad	2	7,21	7,21	7,21	
	Göteborg	3	5,63	7,25	6,59	
After Eight 400 g	Oslo	6	36,90	59,90	52,73	<b>-37</b>
	Strømstad	4	24,22	40,35	33,11	
	Göteborg	3	32,32	40,43	36,38	
O'boy refill 1000 g	Oslo	4	34,00	45,50	39,33	<b>-31</b>
	Strømstad	5	21,79	29,17	27,14	
	Göteborg	4	20,21	32,32	24,25	
Twinings, Earl Grey Tea, 25 poser konvolutt	Oslo	10	15,50	17,90	16,86	<b>-20</b>
	Strømstad	5	12,80	14,50	13,51	
	Göteborg	3	11,30	13,73	12,91	

		N	Minimum NOK	Maximum NOK	Gj.snitt NOK	Strømstad og Göte- borg prosent billigere enn Oslo
Twinings, Earl Grey Tea, 200 g løs te (boks)	Oslo	10	30,00	34,50	32,8	<b>-15</b> <b>-21</b>
	Strømstad	4	23,09	31,19	27,85	
	Göteborg	1	25,84	25,84	25,84	
Lipton Yellow ☐abell Tea 20 poser, konvolutt	Oslo	10	8,00	10,00	9,21	<b>6</b> <b>-2</b>
	Strømstad	5	8,83	11,75	9,78	
	Göteborg	4	7,9	9,68	9,05	
Nescafé gull, fyldig aromatisk, 100 kopper, 200 g	Oslo	10	44,90	64,90	58,35	<b>-20</b> <b>-22</b>
	Strømstad	5	42,86	52,66	46,86	
	Göteborg	4	42,86	52,58	45,70	
Nescafé gull, fyldig aromatisk, 50 kopper, 100 g	Oslo	10	37,70	44,50	39,97	<b>-20</b> <b>-22</b>
	Strømstad	4	29,65	36,38	32,08	
	Göteborg	2	30,70	32,00	31,35	
Sun-Maid Californiske rosiner, 250 g pakke	Oslo	6	9,90	11,90	10,97	<b>-15</b> <b>-25</b>
	Strømstad	2	9,32	9,32	9,32	
	Göteborg	3	7,70	8,87	8,21	
Pasta, Buitoni Eliche 500 g	Oslo	2	9,90	13,90	11,9	<b>-34</b> <b>-35</b>
	Strømstad	2	7,70	8,02	7,86	
	Göteborg	2	7,37	8,06	7,72	
Uncle Bens Chinese Sweet & Sour saus, 400 g glass	Oslo	9	15,00	19,00	16,92	<b>-13</b> <b>-18</b>
	Strømstad	4	12,11	16,93	14,71	
	Göteborg	4	11,33	16,93	13,84	
<b>Gjennomsnittlig billigere i Strømstad enn i Oslo</b>						<b>-20</b>
<b>Gjennomsnitt billigere i Göte- borg enn i Oslo</b>						<b>-24</b>

**Tabell 4-5: Internasjonale merkevarer – "non-food". Prisforskjeller mellom Strømstad og Norge (Oslo) og, mellom Göteborg og Norge (Oslo). Norge=100. NOK**

		N	Minimum NOK	Maximum NOK	Gj.snitt NOK	Prosent lavere i Sverige enn i Norge
Colgate total 75ml	Oslo	10	14,90	19,90	17,71	
	Strømstad	5	14,99	17,74	16,64	-6
	Göteborg	4	14,18	14,54	14,45	-18
L'Oreal shampoo, Nutri - ceramide for tørt skadet hår, 250 ml	Oslo	10	28,00	35,90	32,47	
	Strømstad	3	20,17	23,41	21,79	-33
	Göteborg	4	20,21	26,65	22,74	-30
Wella shampoo for normalt hår with natural fruitwaxes, 250 m	Oslo	10	24,00	31,90	28,57	
	Strømstad	3	18,55	22,60	20,44	-28
	Göteborg	4	18,39	21,79	19,73	-31
Dove Cream Wash Soap m pumpe 250 ml	Oslo	10	25,00	31,50	28,75	
	Strømstad	5	19,85	26,65	22,64	-21
	Göteborg	4	17,66	21,79	19,76	-31
Gillette Barberblad 3, Mach, 8 pk	Oslo	10	99,00	125,00	113,57	
	Strømstad	4	100,46	112,61	104,81	-8
	Göteborg	2	93,17	105,24	99,2	-13
Gillette, regular barberskum, 200 ml (rød og hvit sprayboks)	Oslo	10	22,90	29,90	27,3	
	Strømstad	4	18,55	25,84	23,41	-14
	Göteborg	4	13,76	20,66	17,28	-37
Always Ultra normal pluss 14 stk	Oslo	10	19,90	30,90	28,21	
	Strømstad	5	22,64	25,84	24,56	-13
	Göteborg	4	16,93	20,33	19,24	-32
Libresse invisible clip normal m vinger 3, 14 stk	Oslo	10	19,90	31,90	28,51	
	Strømstad	5	21,79	25,84	24,39	-14
	Göteborg	4	19,85	23,41	20,86	-27
Friskies Adult Vitality kjøtt 4 kg	Oslo	7	74,00	84,90	79,29	
	Strømstad	3	55,90	64,00	60,90	-23
	Göteborg	4	50,23	63,19	55,68	-30
<b>Gjennomsnittsforskjell mellom Oslo og Strømstad</b>						<b>-18</b>
<b>Gjennomsnittsforskjell mellom Oslo og Göteborg</b>						<b>-28</b>

**Tabell 4-6: Norske merkevarer – mat og "non-food". Prisforskjeller mellom Strømstad og Norge (Oslo), og mellom Göteborg og Norge (Oslo). Norge=100. (NOK)**

		N	Minimum NOK	Maximum NOK	Gj.snittNOK	Prosent lavere i Sverige enn i Norge
Imsdal Kildevann (Norge), 1,5 liter	Oslo	10	11,00	13,50	12,29	<b>-15</b>
	Strømstad	4	9,32	12,07	10,49	
Pizza Grandiosa 585 g	Oslo	10	23,50	28,90	25,45	<b>-11</b>
	Strømstad	3	21,47	24,22	22,77	
	Göteborg	2	24,22	25,52	24,87	
Jordan tannbørste, active tip medium	Oslo	10	15,90	20,00	17,63	<b>-29</b>
	Strømstad	4	11,75	14,50	12,60	
	Göteborg	4	11,14	14,18	12,70	
Jordan tannbørste, multi action, soft/medium	Oslo	10	18,90	21,90	20,00	<b>-17</b>
	Strømstad	5	16,12	17,74	16,61	
	Göteborg	4	14,79	19,36	16,80	
<b>Gjennomsnittsforskjell mellom Oslo og Strømstad (4 produkter)</b>						<b>-18</b>
<b>Gjennomsnittsforskjell mellom Oslo og Göteborg (3 produkter)</b>						<b>-15</b>

Forskjellene mellom Strømstad og Göteborg er svært liten, og stort sett er det svakt billigere i Göteborg enn i Strømstad. Dette kan skyldes at en av butikkene i Göteborg er en utpreget lavprisbutikk, noe som slår ut siden vi der har kun 4 butikker.

#### 4.4.3 Prisforskjeller mellom Norge og Sverige – korrigert for avgifter og toll

I Sverige er mva 25 prosent på "non-food", mens i Norge er den 24 prosent. Dersom vi hadde beregnet prisforskjeller uten merverdiavgift, ville prosentforskjellen mellom Norge og Sverige økt med ca ett prosentpoeng. Siden forskjell i merverdiavgift på "non-food" er så liten mellom de to land, har vi ikke beregnet forskjeller uten merverdiavgift. For mat og alkoholfrie drikkevarer er mva for begge land 12 prosent.

Enkelte matvarer har både toll og særavgifter. Når vi skal korrigere for disse, må vi først ta vekk mva, for deretter å korrigere for toll og avgifter. Når Norge har toll og eller avgifter som Sverige ikke har, vil også merverdiavgiften slå ut selv om den er lik i de to land. Merverdiavgiften er den siste avgiften som beregnes, og vil også bli beregnet av toll og evt særavgifter.

Produkter som har toll og eller særavgifter, er Snickers, After Eight, samt Pasta Buitini Eliche og Uncle Bens Chinese Sweet & Sour Saus. Pizza Grandiosa som eksporteres til Sverige har toll til Sverige, samtidig som den får eksportstøtte.



Tabell 4-7: Prisforskjeller mellom Sverige og Norge korrigert for toll og avgifter

		Forskjell ut- salgspris NOK	Prosent lave- re i Sverige enn i Norge utsalgspris	Korrigert for mva 12%	Avgifter 2002	Pris uten avgifter NOK	Prosent lave- re i Sverige enn i Norge korrigert for avg
Snickers 85 g (tollsats ukjent)	Norge	9,07		8,10	1,26	6,84	
	Sverige	6,84	<b>-25</b>	6,11		6,11	<b>-11</b>
After Eight 400 g (tollsats ukjent)	Norge	52,73		47,09	5,94	41,15	
	Sverige	34,51	<b>-35</b>	30,82		30,82	<b>-25</b>
Pasta Buitini Eliche 500 g	Norge	11,90		10,63	0,77	9,86	
	Sverige	7,79	<b>-35</b>	6,96		6,96	<b>-29</b>
Uncle Bens Chinese Sweet & Sour 400 g	Norge	16,92			kjenner ikke tollsats		
	Sverige	14,28	<b>-16</b>				
Pizza Grandiosa 585 g	Norge	25,45		22,73		22,73	
	Sverige	23,61	<b>-7</b>	21,08	2,80 <sup>20</sup>	23,88	<b>5</b>

Når vi ser på gjennomsnittlig prisforskjell slik den fremstår for forbrukeren, var After Eight 400 g 35 prosent billigere i Sverige enn i Norge. Tar vi hensyn til sjokoladeavgiften, blir forskjellen redusert til 25 prosent, fortsatt en relativt stort forskjell. Pastaen har en tollavgift som er på kr 0,77 for dette produktet. Den endelige prisen for dette produktet var 35 prosent lavere i Sverige enn i Norge, en forskjell som ble redusert til 29 prosent når vi korrigerte for merverdiavgift og tollavgift (få observasjoner).

Det er tollavgift på Uncle Ben's Chinese Sweet & Sour Saus, Snickers og After Eight. Disse tollsatsene har det ikke vært mulig å få oversikt over.

<sup>20</sup> Her er tollene til Sverige trukket fra (kr 1,81), mens eksportstøtten er lagt til (kr 4,61)



## 5 Prisforskjeller på alkohol

Alkoholvariantene er valgt ut fra enkle vurderinger, ved å ta noen varianter fra hver alkohol-gruppe. Innen disse valgte vi ut merker som vi fant i begge land.

**Tabell 5-1: Prisforskjeller på brennevin - Sept okt 2002**

		Norge	Sverige	Sverige	Prosent lavere i Sverige enn i Norge 1999 <sup>21</sup>	Prosent lavere i Sverige enn i Norge 2002
Vodka		NOK	SEK	NOK		
Finlandia FIN	70cl	259,00	228,00	184,71		29
Absolut Vodka Svensk	70cl	264,00	230,00	186,33		29
Smirnoff USA	70 cl	259,90	224,00	181,47		30
					<b>26</b>	<b>29</b>
Genever						
Bokma Oude Friesche 38%	70 cl N/50 cl S	370,10	316,00	256,01	<b>32</b>	<b>31</b>
Akevitt						
Løitens Export	50 cl	200,00	183,00	148,26		26
Aalborg Taffel Akvavit DK	70 cl	274,00	229,00	185,52		32
					<b>23</b>	<b>29</b>
Whisky						
Johnny Walker Red Label GBR	70 cl	309,00	269,00	217,93		29
Chivas Regal	70 cl	382,00	354,00	286,79		25
					<b>23</b>	<b>27</b>
Cocnac						
Martell VS*** F	70 cl	340,00	329,00	266,54		22
Renault Carte Noire Extra F	70 cl	448,00	449,00	363,76		19
Hennessy XO F	70 cl	990,00	895,00	725,08		27
					<b>21</b>	<b>23</b>
Gjennomsnittlig prisforskjeller brennevin					<b>24,3</b>	<b>27,2</b>

<sup>21</sup> Lavik og Dulsrud 2000. Produktene er ikke de samme i hhv 1999 og 2002

Tabell 5-2: Prisforskjeller på vin – sept okt 2002

		Norge	Sverige	Sverige	Prosent lavere i Sverige enn i Norge 1999 <sup>22</sup>	Prosent lavere i Sverige enn i Norge 2002
Hvitvin		NOK	SEK	NOK		
Blue Nun 2001 Tyskland 8,5%	75 cl	75,00	49,00	39,70		-47
Rhine Lady Liebfraumilch 8,5% Tyskland	75 cl	65,00	46,00	37,27		-43
Sunrise Chardonnay 13% Chile	75 cl	88,50	64,00	51,85		-41
Jacob's Creek Chardonnay Australia 13%	75 cl	89,90	69,00	55,90		-38
Lurton Sauvignon de Bordeaux 2001 12,5% Fra	75 cl	89,80	79,00	64,00		-29
Brocard Montmains Chablis Premier Cru 1999 13% F	75 cl	178,00	169,00	136,92		-23
Jean de Beauvais Chardonnay, tørr Frankrike	300 cl	268,60	172,00	139,35		-48
					<b>-31</b>	<b>-38</b>
Rødvvin						
Gato Negro Cabarnet Savignon Chile	75 cl	78,00	57,00	46,18		-41
Gato Negro Cabarnet Savignon Chile	300 cl	289,90	185,00	149,88		-48
Jacob's Creek Shiraz Cabarnet 2000 Australia	75 cl	89,90	69,00	55,90		-38
Periquita 1999 Portugal	75 cl	87,50	59,00	47,80		-45
Le Cardinal Frankrike	75 cl	93,10	66,00	53,47		-43
Marqués De Griñon Tempranillo 12,5 % Spania	75 cl	74,90	65,00	52,66		-30
Faustino I Gran Reserva 1999 Spania	75 cl	166,00	149,00	120,71		-27
Santa Rita 120 Merlot 2000 Chile	75 cl	94,90	73,00	59,14		-38
					<b>-28</b>	<b>-39</b>
Sterkvvin						
Bristol Cream søt	37,5 cl	79,00	58,00	46,99		-41
Dry sack halvtørr	75 cl	117,30	85,00	68,86		-41
					<b>-45</b>	<b>-41</b>
Gjennomsnittlig forskjell vin					<b>-32,6</b>	<b>-38,8</b>
<b>Gjennomsnitt av alle samtlige alkoholtypene – både vin og brennevin</b>					<b>-29,5</b>	<b>-34,3</b>

Vekselskursen i 1999 var på 0.94869 (de to siste ukene av november 1999), mens den fra 14. okt til 31. okt 2002 var på 0,81015<sup>23</sup>. Dette utgjør en ekstra reduksjon på prisforskjellene mellom Norge og Sverige på 14,6 prosent fra 1999 til 2002. Valutagevinsten gjør altså at nordmenn betaler 14,6 prosent mindre for varer kjøpt i Sverige i 2002 sammenlignet med 1999, forutsatt at alt ellers er likt. De alkoholvariantene vi har valgt ut var 34,3 prosent billigere i Sverige enn i Norge i 2002, en økning i forskjellene på nesten fem prosentpoeng fra 1999. I 2003 ble det endringer i alkoholavgiften ved at avgift for brennevin ble redusert fra **kr. 5,98** til **kr. 5,44** pr liter volum %, mens for vin gikk det motsatt vei. Der ble det en avgiftsøkning som gikk fra **kr. 3,47** til **kr. 3,55** pr. liter volum %<sup>24</sup> (Kilde: Vinmonopolet).

<sup>22</sup> Lavik og Dulsrud 2000. Produktene er ikke de samme i hhv 1999 og 2002

<sup>23</sup> [http://www.norges-bank.no/stat/valutakurser/kurs\\_dn1.html](http://www.norges-bank.no/stat/valutakurser/kurs_dn1.html)

<sup>24</sup> For et merke på 70 cl. flaske og med 40% i alkoholstyrke, vil vi få følgende utregning:

$((5,98 - 5,44) * (40 * 0,70) * 1,24) = 18,75$  Dvs. at vi fikk en reduksjon i salgspris på **kr. 18,75**

Prisøkningen på vin blir slik, dersom vi har å gjøre med en flaske på 75 cl. og med 13% i alkoholstyrke:

$((3,55 - 3,47) * (13 * 0,75) * 1,24) = 0,97$  Dvs. at vi fikk en økning i salgspris på **kr. 0,97**

Mens alkoholprisene i Sverige har blitt lavere sammenlignet med EU, har de for Norges vedkommende økt sammenlignet med EU.

**Tabell 5-3: Prisenivået for alkohol i Norge og Sverige i forhold til EU i 1999 og 2001**

	1999	2001	Prosentvis endring
Norge i forhold til EU	219	272	24%
Sverige i forhold til EU	155	164	6 %
Prosentvis endring – S lavere enn N	29 %	40 %	

Hvis vi sammenligner 1999 og 2001 er økningen mellom Norge og Sverige på 11 prosentpoeng. I 1999 var prisene i Sverige 29 prosent billigere enn i Norge, noe som er nærmest identisk med våre resultater fra 1999. I 2002 var forskjellen på 34 prosent i vår undersøkelse, mens forskjellen i 2001 var hele 40 prosent billigere i Sverige enn i Norge i SSB sine undersøkelser. Vi vil ikke tro at prisforskjellene på alkohol er blitt mindre i 2002 mellom de to land, slik at vårt alkoholutvalg fra 2002 er kanskje ikke helt representativt.

Våre resultater viser imidlertid at det er størst forskjell på vinprisene mellom de to land, og det er også her forskjellene er blitt større. Det er også grunn til å tro at prisforskjellene på alkohol vil øke ytterligere, ettersom Sverige er i ferd med å tilpasse seg EU, og har nå anledning til å innføre ganske store mengder alkohol (5 liter sprit, 6 liter sterkvin, 52 liter vin, og 64 liter sterkøl – personer som har fylt 20 år)<sup>25</sup>, mens Norge fortsatt har sine små kvoter (se vedlegg).

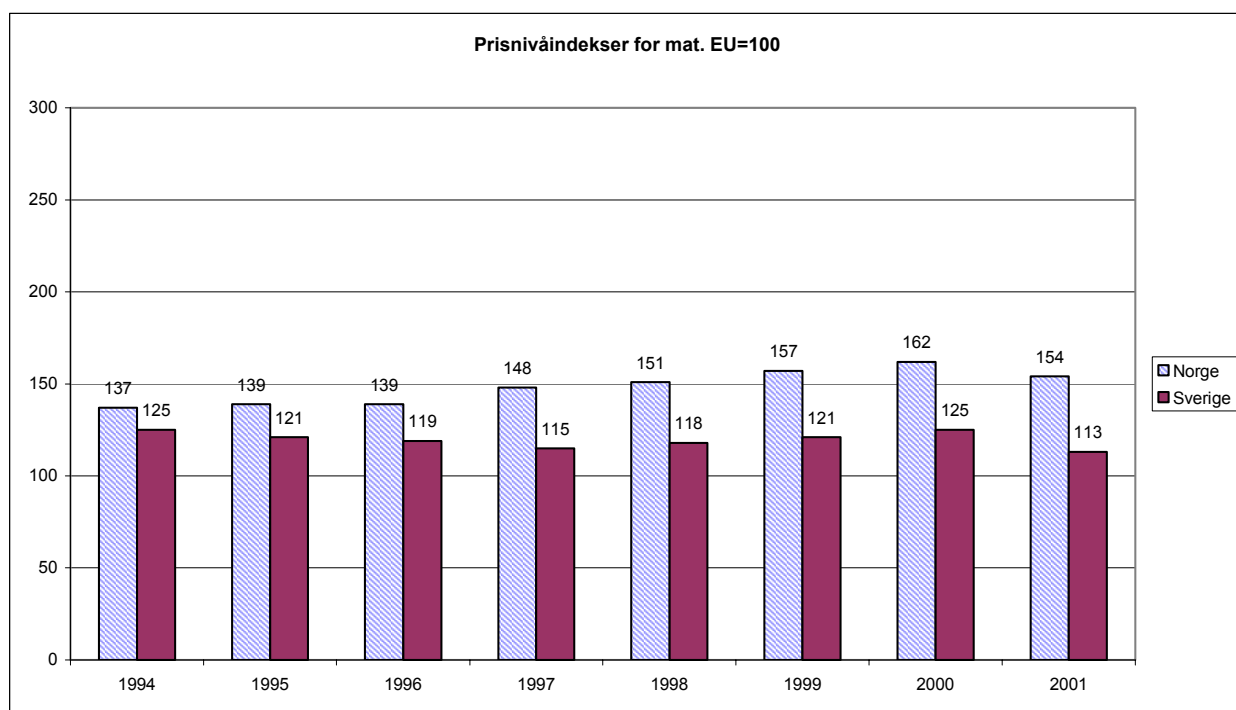
Isolert sett har imidlertid realprisene på alkohol i Norge gått ned (se neste kapittel).

<sup>25</sup> <http://www.tullverket.se/TargetGroups/Personal/frameset.htm>



## 6 Prisnivåutvikling på mat og alkohol i Norge og Sverige

### 6.1 Mat



Figur 6-1: Prisnivå på matvarer (ikke alkoholfrie drikkevarer) sammenlignet med EU – 1994 – 2001 (1994 til 2000: Bruksås et al 2001/20, 2001: [www.ssb.no/pppvare/main.html](http://www.ssb.no/pppvare/main.html))

PPP (kjøpekraftsparitet) måler prisnivå på et gitt tidspunkt og ikke prisutvikling. Annen prisstatistikk, som for eksempel konsumprisindeksen, kartlegger prisutviklingen i et land (Bruksås et al 2001a). Figuren over viser hvordan prisnivået til Norge og Sverige sammenlignet med EU har utviklet seg fra 1994 til 2001. Mens Norge har blitt stadig dyrere i forhold til EU, har Sverige tilnærmet seg EU-nivået i perioden. Norge beveget seg noe mot EU i 2001, som kan forklares med reduksjonen i merverdiavgift på mat 1. juli 2001.

**Tabell 6-1: Konsumprisindeksen for mat og alkoholfri drikke, Norge og Sverige i perioden 1998 til 2001. 1998=100**

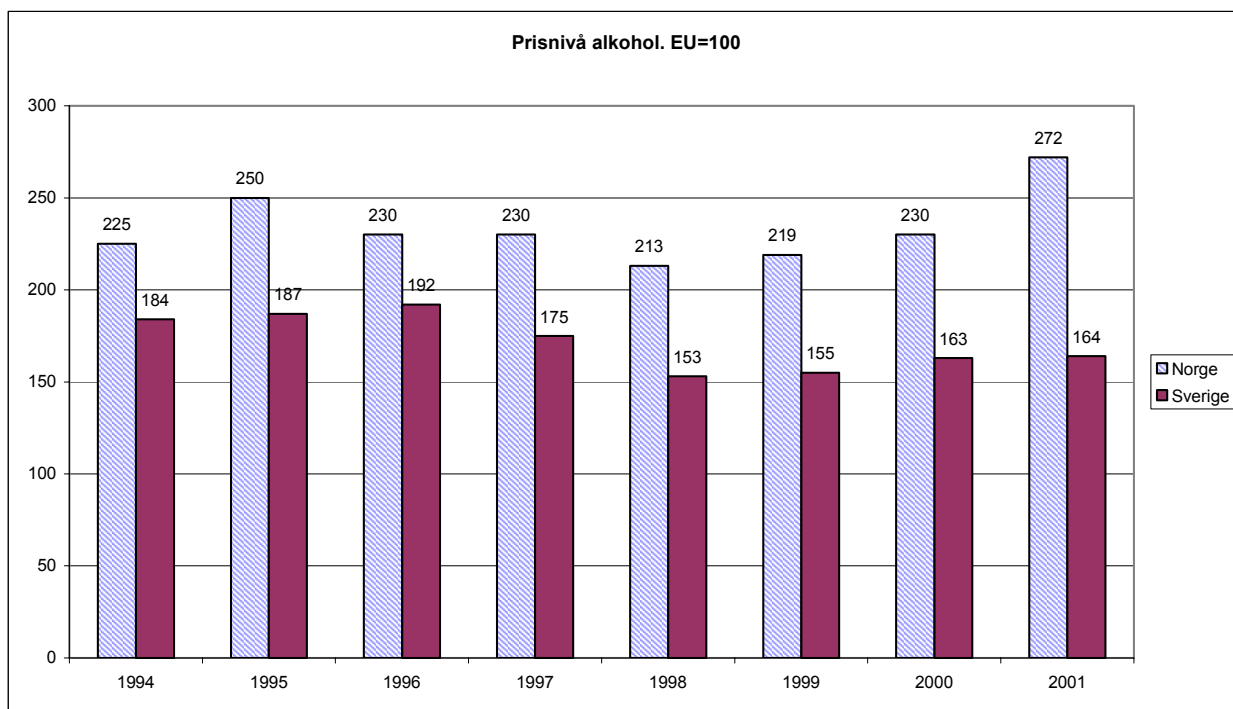
	Prisutvikling på mat - Norge			Prisutvikling mat - Sverige		
	Mat og alkoholfri drikke	Total KPI	Realpris <sup>26</sup> mat	Mat og alkoholfri drikke	Total KPI	Realpris mat
1999	102,9	102,3	100,6	101,5	100,5	101,0
2000	104,8	105,5	99,3	101,5	101,4	100,1
2001	102,8	108,7	94,6	104,4	103,8	100,6
2002 jan-nov	101,0	109,9	91,9	107,9	105,9	101,8

SSB: Konsumprisindeksen (<http://www.ssb.no/sm/sm08311n.shtml>)

SCB: Konsumprisindeksen (<http://www.scb.se/statistik/pr0101/pr0101tab4.asp>)

Når vi ser på realprisutviklingen for mat og alkoholfri drikke har den gått ned i Norge, mens den har vært stabil i Sverige. Den totale prisindeksen har imidlertid hatt en større økning i Norge enn i Sverige.

## 6.2 Alkohol



**Figur 6-2: Prisnivå på alkoholpriser 1994 til 2001 i Norge og Sverige sammenlignet med 15 EU-land (1994 til 2000: Bruksås et al 2001/20, 2001: [www.ssb.no/pppvare/main.html](http://www.ssb.no/pppvare/main.html))**

Igen ser vi at Sverige tilnærmer seg et EU-gjennomsnitt, mens Norge stadig øker avstanden til EU. Realprisene på alkohol har imidlertid gått ned fra for eksempel 1998 (1998=100) i Norge. Dette viser igjen at prisnivåindeksene ikke måler prisutvikling, slik det kan se ut i både figuren for mat og figuren for alkohol. I 2003 gikk avgiften på brennevin ned, mens avgiften for vin økte (se forrige kapittel).

<sup>26</sup> Realpris mat= KPI for mat/Total KPI



**Tabell 6-2 Konsumprisindeksen i Norge - alkohol og totalt. 1998=100**

	Alkohol	Totalindeks KPI	Realprisutvikling (Alkoholindeks/totalindeks)
1999	102,0	102,3	99,7
2000	105,8	105,5	100,3
2001	108,2	108,7	99,5
2002 januar - nov	104,4	109,9	95,0

SSB: Konsumprisindeksen (<http://www.ssb.no/sm/sm08311n.shtml>)

**Tabell 6-3: Konsumprisindeksen i Sverige – alkohol og tobakk 1998=100**

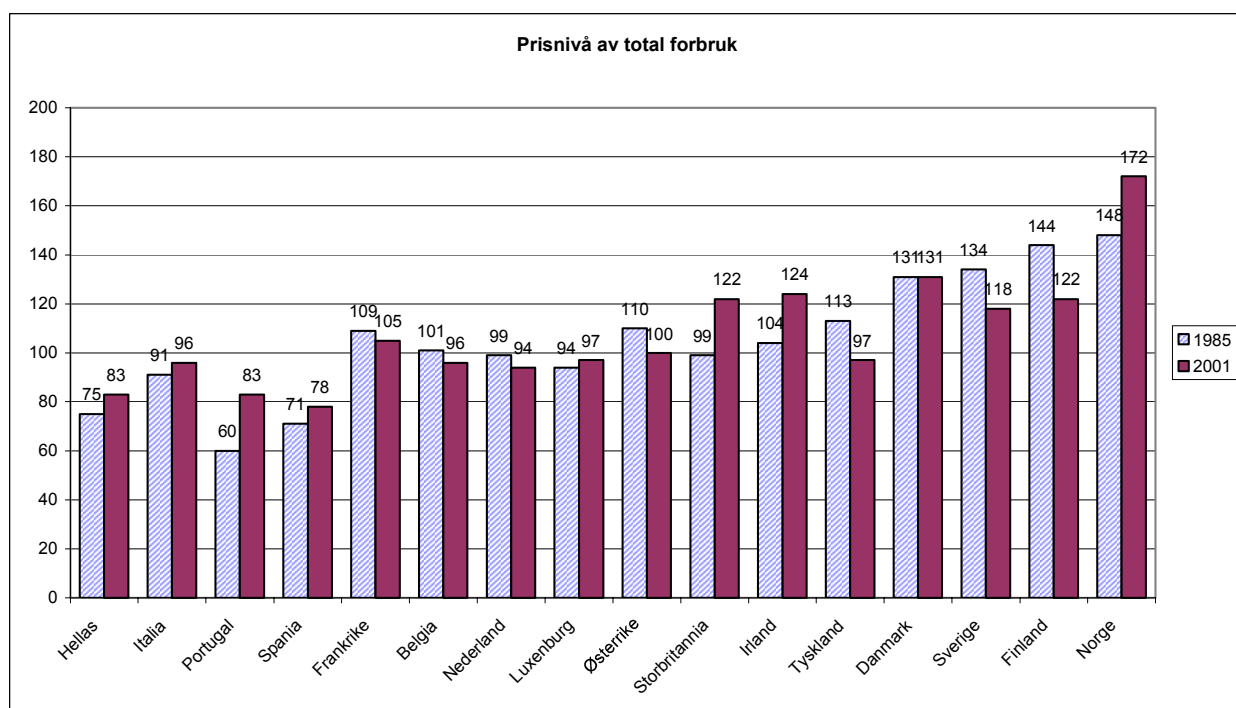
	Alkohol og tobakk	Totalindeks KPI	Realprisutvikling (Alkoholindeks/totalindeks)
1999	97,8	100,5	97,3
2000	99,3	101,4	98,0
2001	100,6	103,8	96,9
2002 januar-nov	101,3	105,9	95,6

SCB: Konsumprisindeksen (<http://www.scb.se/statistik/pr0101/pr0101tab4.asp>)



## 7 Utviklingen i prisforskjeller – varegrupper og land i Europa

En viktig grunn for grensehandel er prisforskjeller.



**Figur 7-1: Prisnivå for totalt forbruk.**

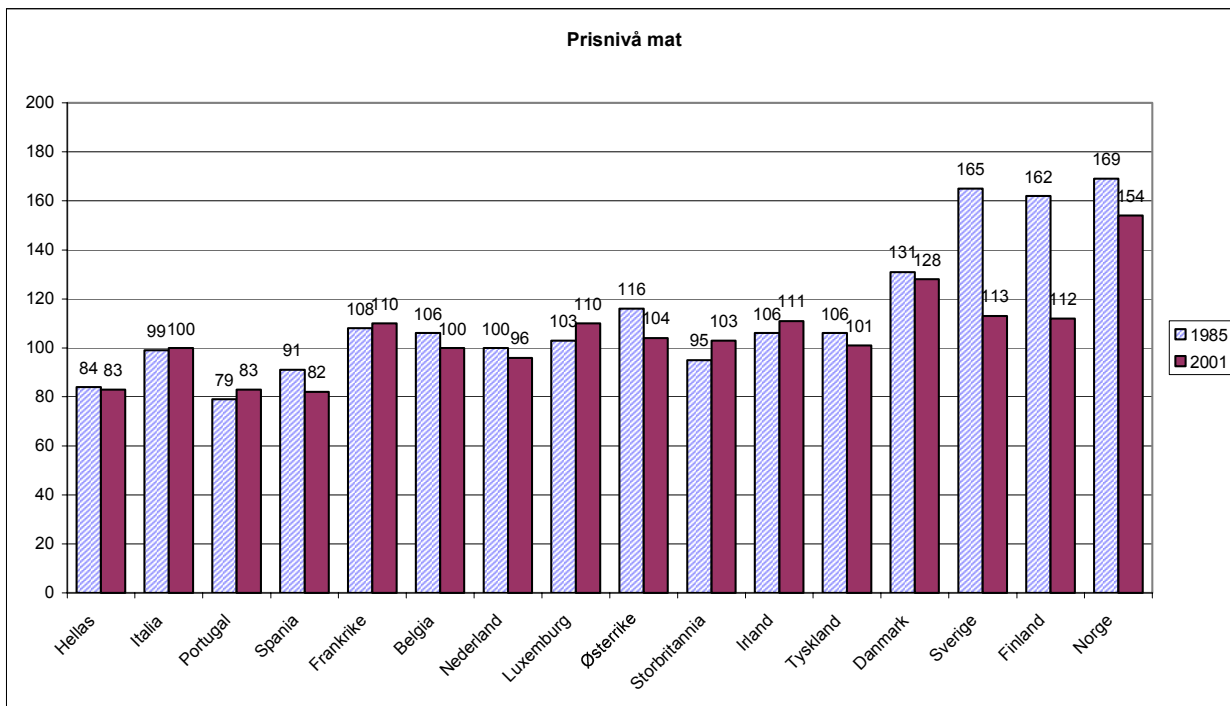
Kilder (1985: SSB 1989, 2001<sup>27</sup>). I 1985 var sammenligningsgrunnlaget EF (12 land), mens i 2001 var sammenligningsgrunnlaget EU (15 land)<sup>28</sup>.

Sammenlignende prisnivåer beregnes som forholdet mellom PPP (Purchasing Power Parities) og valutaen for hvert enkelt land, i forhold til et EF-gjennomsnitt (1985) eller et EU-gjennomsnitt (2001).

<sup>27</sup> <http://europa.eu.int/comm/eurostat/Public/datashop/print-product/EN?catalogue=Eurostat&product=KS-NJ-02-042-N-EN&mode=download>

<sup>28</sup> 1985 er EF=100 (Hellas, Italia, Portugal, Spania, Frankrike, Belgia, Nederland, Luxemburg, Storbritannia, Irland, Vest-Tyskland, Danmark). I 2001 er EU=100 (Hellas, Italia, Portugal, Spania, Frankrike, Belgia, Nederland, Luxemburg, Østerrike, Storbritannia, Irland, Tyskland, Danmark, Sverige, Finland)

Jo lenger nord vi kommer i Europa, jo høyere blir prisene. Norge lå på topp i 1985, som i 2001. Mens Sverige og Finland har redusert sine priser i perioden i forhold til EF/EU, er de økt i Norge i forhold til EF/EU. I 1985 skilte Norge seg bare svakt fra de andre nordiske landene, Danmark, Sverige og Finland, mens i 2001 stiller de i en klasse for seg. Prisene er 72 prosent høyere enn for EU-gjennomsnittet, mens f.eks. Island var 54 prosent høyere.



**Figur 7-2: Prisnivå for mat.**

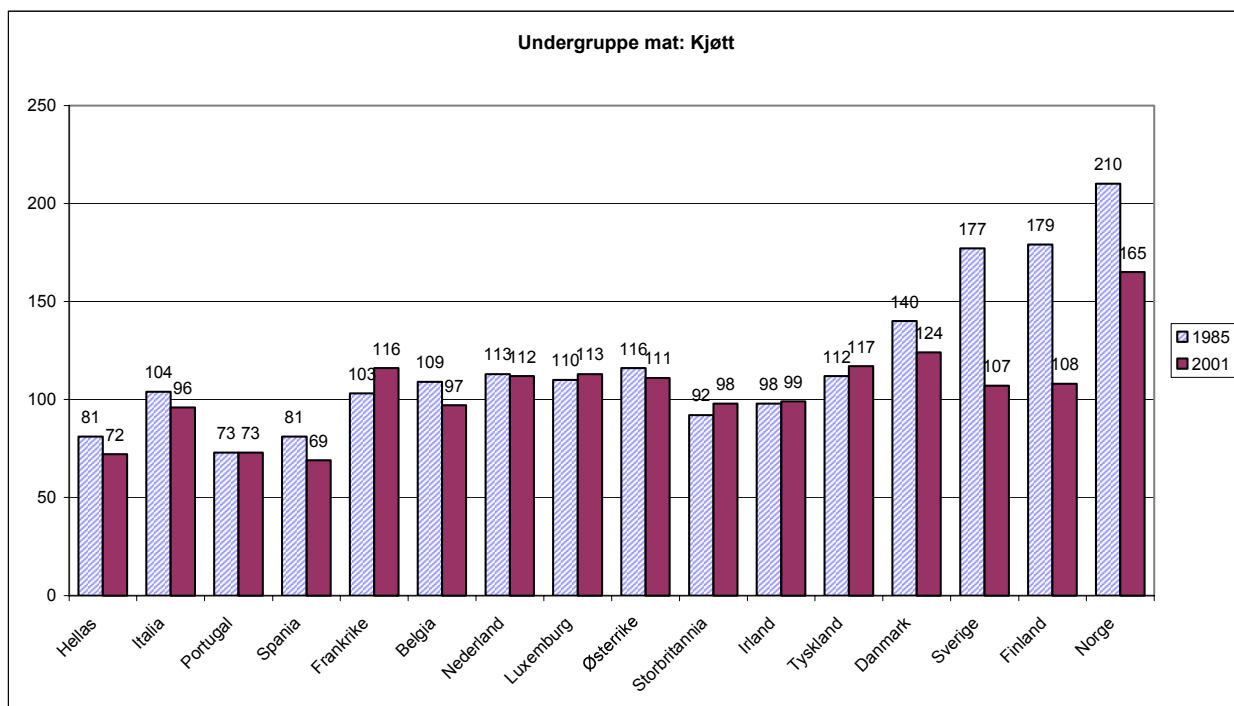
Kilder (1985: SSB 1989, 2001<sup>29</sup>). I 1985 var sammenligningsgrunnlaget EF (12 land), mens i 2001 var sammenligningsgrunnlaget EU (15 land)<sup>30</sup>.

Også for mat topper Norge listen, både i 1985 og 2001. I 1985 var matprisene ganske lik i Sverige Finland og Norge, mens Danmark lå litt lavere. I 2001 har Sverige og Finland nærmet seg prisnivået for EU-gjennomsnittet. Her begynner vi å forstå hvorfor grensehandelen mot Sverige synes etter hvert så omfattende. Selv om merverdiavgiften på mat ble redusert fra 24 prosent til 12 prosent 1. juli 2001 for å demme opp for grensehandel, er fortsatt prisforskjellene store mellom for eksempel Norge og Sverige.

Matprisene i Norge har imidlertid gått ned, ikke bare pga reduksjon av merverdiavgiften på mat i 2001, men også på hele 90-tallet. Tross dette, øker likevel avstanden til EU-gjennomsnittet og avstanden til Sverige. Det generelle prisnivået i Sverige for mat er 27 prosent lavere enn for Norge i 2001 (113/154), mens for typiske grensehandelsvarer fant vi i 2002 at prisene var gjennomsnittlig 47 prosent lavere i Sverige enn i Norge. Så problemet med grensehandel – i den grad det er et problem – blir i forhold til Sverige med så store prisforskjeller mellom lo land som har en lang felles grense.

<sup>29</sup> <http://europa.eu.int/comm/eurostat/Public/datashop/print-product/EN?catalogue=Eurostat&product=KS-NJ-02-042-N-EN&mode=download>

<sup>30</sup> 1985 er EF=100 (Hellas, Italia, Portugal, Spania, Frankrike, Belgia, Nederland, Luxemburg, Storbritannia, Irland, Vest-Tyskland, Danmark). I 2001 er EU=100 (Hellas, Italia, Portugal, Spania, Frankrike, Belgia, Nederland, Luxemburg, Østerrike, Storbritannia, Irland, Tyskland, Danmark, Sverige, Finland)



**Figur 7-3: Undergruppe mat: kjøtt**

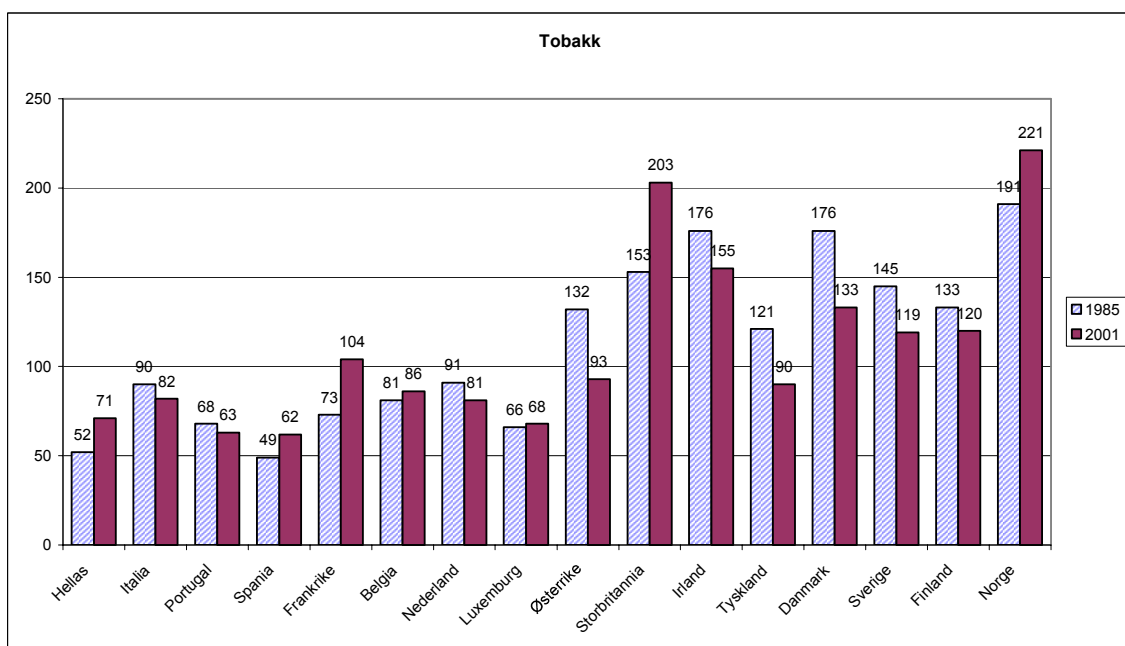
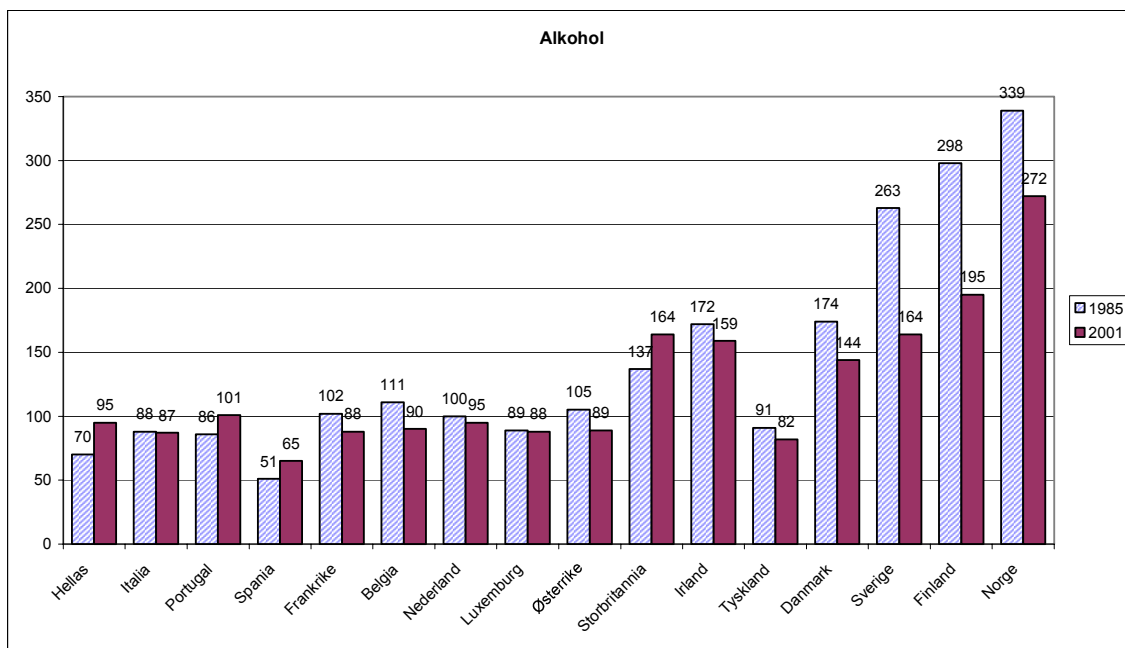
Kilder (1985: SSB 1989, 2001<sup>31</sup>). I 1985 var sammenligningsgrunnlaget EF (12 land), mens i 2001 var sammenligningsgrunnlaget EU (15 land)<sup>32</sup>.

Også prisnivået på kjøtt skiller seg ut for Norge, både i 1985 og i 2001. Mens *matvarene* i 1985 var for eksempel ca 2 prosent lavere i Sverige enn i Norge (165/169), var denne forskjellen i 2001 økt til 27 prosent (113/154). For *kjøtt* var forskjellen mellom Norge og Sverige i 1985 ca 16 prosent (16 prosent lavere i Sverige enn i Norge: 177/210, mens den i 2001 var 35 prosent lavere i Sverige enn i Norge (107/165). Kjøtt er også en viktig grensehandelsvare for nordmenn som handler i Sverige. Ellers har Sveits høyere kjøttpriser enn Norge sammenlignet med EU, med en indeks på 189, mens Norges indeks var på 165.

Andre viktige grensehandelsvarer i forhold til Sverige, er alkohol og tobakk.

<sup>31</sup> <http://europa.eu.int/comm/eurostat/Public/datashop/print-product/EN?catalogue=Eurostat&product=KS-NJ-02-042-N-EN&mode=download>

<sup>32</sup> 1985 er EF=100 (Hellas, Italia, Portugal, Spania, Frankrike, Belgia, Nederland, Luxemburg, Storbritannia, Irland, Vest-Tyskland, Danmark). I 2001 er EU=100 (Hellas, Italia, Portugal, Spania, Frankrike, Belgia, Nederland, Luxemburg, Østerrike, Storbritannia, Irland, Tyskland, Danmark, Sverige, Finland)



**Figur 7-4: Prisnivå tobakk**

Kilder (1985: SSB 1989, 2001<sup>33</sup>). I 1985 var sammenligningsgrunnlaget EF (12 land), mens i 2001 var sammenligningsgrunnlaget EU (15 land)<sup>34</sup>.

Norge er på toppen også for disse varene, med en indeks på 272 på alkohol i forhold til EU i 2001, dvs at de er 172 prosent høyere enn gjennomsnittet for EU. Norge har nærmet seg EU

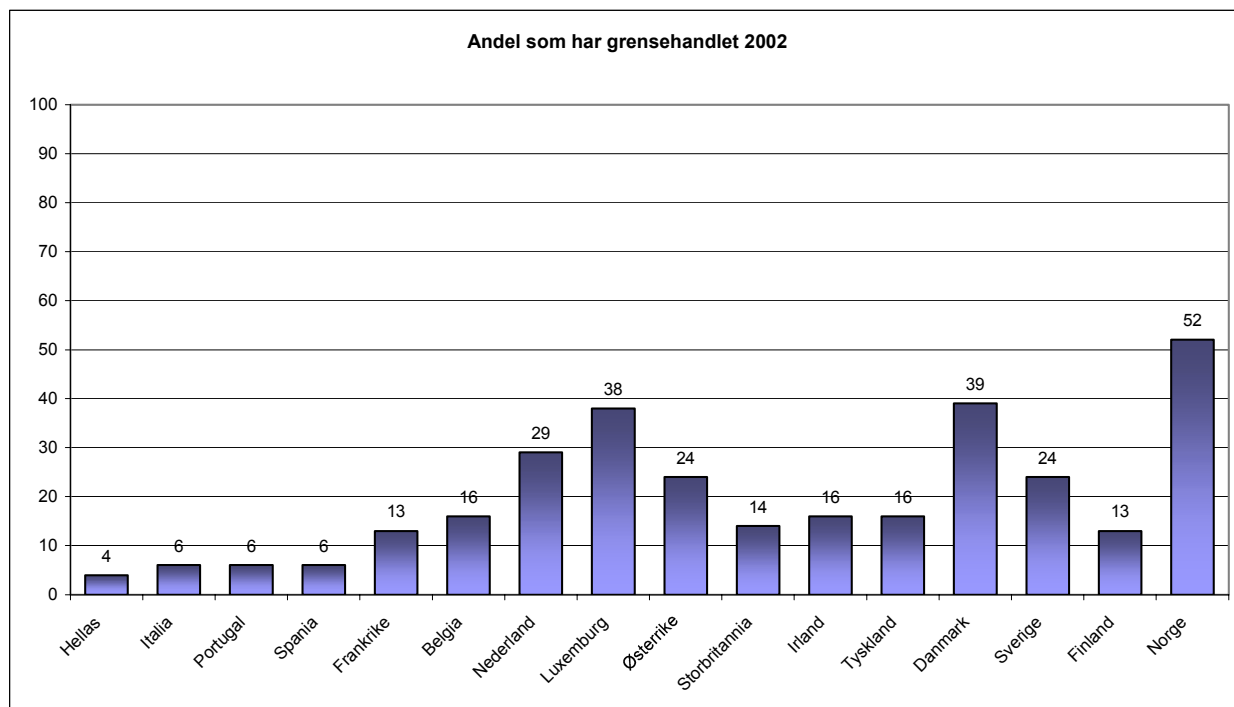
<sup>33</sup> <http://europa.eu.int/comm/eurostat/Public/datashop/print-product/EN?catalogue=Eurostat&product=KS-NJ-02-042-N-EN&mode=download>

<sup>34</sup> 1985 er EF=100 (Hellas, Italia, Portugal, Spania, Frankrike, Belgia, Nederland, Luxemburg, Storbritannia, Irland, Vest-Tyskland, Danmark). I 2001 er EU=100 (Hellas, Italia, Portugal, Spania, Frankrike, Belgia, Nederland, Luxemburg, Østerrike, Storbritannia, Irland, Tyskland, Danmark, Sverige, Finland)

i mindre grad enn både Sverige og Finland, mens Danmark har ligget betydelig lavere hele tiden.

For tobakksvarer har prisnivået i Norge økt i forhold til EU, det har også prisnivået i Storbritannia på dette produktet.

Norge har svært høye avgifter på både alkohol og tobakk.



**Figur 7-5: Andel som har grensehandlet i løpet av de siste 12 mnd i 2002 (15 år og eldre). EU<sup>35</sup> og Norge (Gallup 2001-2002)**

Spørsmålsformuleringen for EU-landene er: "Over the last 12 months, have you bought or ordered products or services for private use from shops or sellers located in another European Union country, or not?" (Yes, No, Don't know). Spørsmålsformuleringen for Gallup i Norge var: *Hvor mange ganger i løpet av de siste 12 mnd har du vært i utlandet for å handle?* (Andel som har svart på antall ganger. De resterende har ikke reist til utlandet for å handle). Spørsmålene er litt forskjellig, men skulle i prinsippet avdekke hovdtendenser.

Prisforskjellene i de europeiske landene forklarer mye av grensehandelen mellom de ulike land. I Norge hadde 52% handlet i utlandet i løpet av de siste 12 mnd (Gallup 2001-2002). Dette har blant annet med prisforskjeller å gjøre, og er et resultat av de store prisforskjellene mellom Norge og EU. Men grensehandelen fra de ulike land er også et resultat av hvordan land og befolkning ligger i forhold til naboland. For eksempel har Norge en lang grense mot Sverige med stor befolkningstetthet mot den svenske siden, mens i Sverige er det langt færre folk som bor langs norskegrensen. Danmark har også en stor grensehandel, antakeligvis rettet mot Tyskland og de lavere både alkohol og tobakksprisene. I Luxemburg er det også mange som har grensehandlet, uten at prisene i nabolandene skiller seg spesielt ut. Dette har muligens med beliggenhet og lett tilgjengelighet til nabolandene å gjøre hvor de kanskje får andre typer varer enn i hjemlandet. I Sverige hadde 24% grensehandlet, 16% fra Finland, mens svært få fra Spania, Portugal, Italia og Hellas hadde grensehandlet. I disse landene er både prisforskjellene til nabolandet små (eks Spania og Portugal), samt at nabolandene til for

<sup>35</sup> [http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/questen.ksh?p\\_action.getfile=gf&doc=IP/02/1683|0|RAPID&lg=EN&type=PDF](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/questen.ksh?p_action.getfile=gf&doc=IP/02/1683|0|RAPID&lg=EN&type=PDF)

eksempel Italia og Hellas er mindre tilgjengelig for store deler av befolkningen. Sveits er dessuten dyrt sammenlignet med Italia.

Et spørsmål er hvor store må prisforskjellene må være for at grensehandel blir en attraktiv aktivitet? Det er grunn til å tro at det er forskjeller i særavgifter framfor forskjeller i merverdiavgift (generell avgift) som har ført til omfattende grensehandelsvirksomhet mellom Danmark og Tyskland (Bygvrå 1998). Selv med store forskjeller i merverdiavgift (VAT) har for eksempel grensehandel av dansker i Tyskland stort sett vært konsentrert om produkter med store forskjeller i særavgifter mellom disse to landene. Det er varer som øl, vin og sigaretter som danskene hovedsakelig har grenshandlet i Tyskland (Bygvrå 1997, 1998), varer som har vært høyere avgiftsbelagt i Danmark enn i Tyskland. Av figurene foran ser vi også at dette er varer som er svært høyt avgiftsbelagt i Norge. I tillegg har vi i Norge store prisforskjeller på mat, og spesielt kjøtt, som er viktige grensehandelsvarer for nordmenn på handletur til Sverige (Lavik og Dulsrud 2000, Ericsson 2001). Prisforskjeller på mat skyldes blant annet landbrukspolitikken som i Norge er svært spesiell sammenlignet med en del andre land, med blant annet høye førpriser og et sterkt grensevern.

Det synes altså ikke som om forskjeller i merverdiavgift er store nok til utstrakt grensehandel. I Danmark er standardsatsen på 25 prosent, Tyskland 16 prosent, men 7 prosent på mat. I Sverige er den på 25 prosent og 12 prosent for mat (Bruksås et al 2001). I Norge er standardsatsen på 24 prosent (fra 1/1-2001), mens mat er 12 prosent (1/7-2001). En av begrunnelsene for endring av merverdiavgiften på mat i Norge var for å begrense grensehandelen (Lavik, et al 2003). Om dette var vellykket er litt uklart. En merverdireduksjon fra 24 prosent til 12 prosent utgjør en prisreduksjon på 9,7 prosent, dersom den kommer forbrukerne til gode. Dette er antakeligvis en reduksjon som ikke monner noe særlig når prisforskjellene på blant annet mat, og spesielt kjøtt er så pass store som de er. På enkelte produkter er prisforskjellene svært store, som eks. kylling og bacon. Samme forhold har vist seg mellom Danmark og Tyskland som har en stor forskjell i merverdiavgift på mat, Danmark 25 prosent og Tyskland 7 prosent. Bare merverdiavgiften skulle medføre en lavere pris i Tyskland på 14,4 prosent sammenlignet med Danmark. I 2001 var prisindeksen for mat i Danmark på 128, mens den i Tyskland var 101, noe som gjør at Tyskland har 21 prosent lavere matpriser enn Danmark (101/128). Dette er ikke nok til at danskene kjøper særlig mat i Tyskland når de grenshandler (Bygvrå 1997).

Dette er litt andre tendenser enn amerikanske eksperimenter hvor forbrukerne vil reagere på små prisforskjeller, og at forskjeller på mer enn 5 prosent i merverdiavgift vil gi uønskede effekter (Bygvrå 1998). Bygvrå forklarer dette med at Europa består av en rekke uavhengige land med grensebarrierer av ulikt omfang. Med store prisforskjeller mellom land i Europa blir handel over grensene spesielt attraktivt. Et tiltak for å demme opp mot dette er innførsel av kvoter. Dette er et system som innen EU er i ferd med å forsvinne. EU er et indre marked som skal ha like konkurransevilkår. Reglene harmoniseres, noe som igjen vil påvirke avgiftene og dermed prisene. At prisene harmoniseres ser vi blant annet av den første figuren der prisene for EU-landene nærmer seg EU-gjennomsnittet i 2001. Land med opprinnelig lave priser i 1985 har fått et høyere prisnivå i 2001 i forhold til EU, mens land som Tyskland Sverige og Finland har nærmet seg EU-gjennomsnittet. Storbritannia og Irland har imidlertid økt prisnivået i forhold til EU-gjennomsnittet, mens det ikke er endret i Danmark. Norge som lå godt over EF i 1985, har økt i forhold til EU i 2001. På alkohol og mat har imidlertid Norge også nærmet seg EU i 2001 sammenlignet med EF i 1985. Det er ellers viktig å påpeke at matprisene i Norge ikke har økt i perioden, men tvert i mot gått ned, men ikke tilstrekkelig for å kunne demme opp for handelslekkasje.

Mange land har ulike grensevern også for privatpersoner når de skal innføre varer til landet. Norge endret sin tollbestemmelser i januar 2003. I vedlegget er en oversikt over hvordan de så ut før 2003 samt de nye reglene som kom i januar 2003.

I 2003 ble det altså myket noe opp på innførsel av varer som vil bli berørt av grensehandel. Hvis du har vært ute av landet kortere enn 24 timer, kunne du før ta med varer for NOK 2000, mens etter 2003 er denne rammen økt til NOK 3000. En typisk grenshandler vil reise fram og tilbake samme dag. Dessuten er det nå lov å ta med 10 kg kjøtt og ost, en grense som



tidligere var begrenset til 3 kg kjøtt. Grensene på en kilo sjokolade og 5 kg sukker er opphevet. Dessuten er det slutt på særregler for Nord-Norge (Aarvik, 2003).

Det er grunn til å tro at de norske forbrukerne ikke kjenner til tollbestemmelsene i detaljert grad. De vet for eksempel at det er begrensninger på å ta landbruksprodukter fra utlandet til Norge, men ikke hva grensene er. I en undersøkelse som ble gjennomført i juni 2002 svarte 88 prosent "ja" på at det var begrensninger på å ta med seg landbruksprodukter til Norge (Tuft 2002), men på spørsmål om hvor mange kilo var det kun 2 prosent som svarte riktig, nemlig 10 kg. Hyppigst forekommende svar var 3 kg, som 21 prosent svarte. På spørsmål om hvor mange kilo kjøtt man hadde lov til å ta med seg, svarte 40 prosent 3 kg, som var det riktige svaret i 2002. 32 prosent var imidlertid ærlig å svarte "vet ikke". Blant dem som hadde kjøtt med seg sist de var i utlandet, og eksklusiv "vet ikke"-gruppen, svarte 33 prosent at de hadde mer enn 3 kg (Tuft 2002). Hvor mange personer dette var fordelt vet vi ikke. I grensehandelsundersøkelsen til Storstad fra 2002 hadde 32 prosent mer enn 3 kg pr person. Om alle disse var 12 år og eldre vet vi derimot ikke, så resultatene må tolkes med forsiktighet. Dersom man reiser til for eksempel til Sverige for å handle varer med seg hjem, er det rimelig å tro at grensen på 3 kg var fristende å overstige. Kjøtt er også en produktgruppe som svært mange handler i Sverige. Nå er imidlertid denne grensen økt til 10 kg – for kjøtt og ost. Denne grensen er det nok lettere for grensehandlerne å holde seg innenfor. Erfaringene så lang er at det foretas færre kjøttbeslag nå enn tidligere, etter at det er gjennomført kontroller ved Hedmark og Oppland tolldistrikt (Aarvik, 2003). Toll- og kontrollsjef Jørn Eidlaug forteller i samme reportasje at om lag hver tredje person fortsatt har med seg mer enn de har lov til, men sier at dette for meste handler om alkoholholdige drikkevarer, sigaretter og tobakksvarer.



## 8 Grensehandelsundersøkelser

Vi har data om forbrukernes reiser til Sverige, Finland og Danmark fra ulike kilder. Årene 2000, 2001 og 2002 har vi data fra Gfk, der forbrukerne har ført dagbok. Fra 1999-2000 har vi data fra MMI og forbrukernes reise til Sverige, Finland og Danmark om de i løpet av de siste 12 månedene har handlet dagligvarer for å ta med hjem, og i 2001-2002 har vi data fra Gallup om reiser til Sverige, Finland og Danmark. Dataene fra MMI og Gallup er postuente. Vi har dessuten to undersøkelser fra Gallup i 1999 og 2003 som er sammenlignbare, og som er telefonintervju. I tillegg har Senter for bygdeforskning utført en undersøkelse blant norske forbrukere i Strømstadsområdet (oktober 2002), der kundene ble bedt om å fylle ut et spørreskjema 2003). Den siste undersøkelsen blir presentert i en egen rapport av Oddveig Storstad (2003) og er en del av dette prosjektet.

### 8.1 Gfk 2000-2002

For årene 2000, 2001 og 2002 har vi data fra GfK som registrerer husholdningers innkjøp av ulike produkter. Dette er deltagere i et ConsumerScan som registrerer fortløpende sine innkjøp. Herunder kommer utenlandskjøp. Det er hushold som har handlet varer i utlandet som vi har data over. Enhetene i utvalget er handleturer. Fra dette utvalget har vi konsentrert oss om handleturer til Danmark, Sverige og Finland.

Flere innkjøp på samme dag er registrert som en handletur. Handlebeløp er angitt i NOK.

Vekting er gjort med utgangspunkt i region (handelsfelt), husmors alder og husholdningsstørrelse.

Innkjøpene i utlandet omfatter ikke samtlige varegrupper. Gfk regner med at om lag 60 prosent av innkjøpene (målt i kr) i utlandet omfattes av registreringene. Produktgruppene er; meieriprodukter, fjærkre, kjøtt, andre matvarer, brus, øl, vin/sprit, tobakk, tekstil og andre produkter. Registreringene for innkjøp av produkter er gjort under korte utenlandsopphold eller ved grensehandel hvor produkter bringes med tilbake til Norge.

I dette kapittelet skal vi se grensehandelen fordelt på måned og dag, hvor mye man handler for, hva man handler og hvorfra i landet man reiser fra.

#### 8.1.1 Handleturer til Danmark, Sverige og Finland fordelt på måned og dag

Finland har så pass få handleturer at der blir resultatene ganske usikre. Disse vil derfor ikke bli kommentert.

Det er juni og juli som viser noen topper når det gjelder hyppighet av handleturene. Ellers er det lite systematikk i handleturene over året. Vi kan så vidt lese av påsken når det gjelder Sverige og til en viss grad desember måned til Sverige i 2001 og 2002, men ikke i 2000.

Når det gjelder ukedager er der et visst mønster for Sverige. I 2000 ble det foretatt flest turer på fredag og lørdag, mens i 2001 var både onsdag, torsdag, fredag og lørdag hyppige handledager. I 2002 ble flest turer foretatt på lørdagen, 20 prosent av turene foregikk denne dagen. Søndagen er den dagen som benyttes sjeldnest, mellom 9 og 10 prosent av handleturene legges til den dagen. Når lørdag er blitt en så stor handledag i 2002, kan dette ha sammenheng med at Systembolaget i Sverige åpnet sine utsalg på lørdager fra og med 1. juli 2001.

Andre hendelser som så vidt kan leses av disse tabellene er dyrehelsekrisen som oppsto våren 2001, og som førte til at innførsel av kjøtt og melkeprodukter ble forbudt i en periode. Dette kommer vi tilbake til litt senere.

**Tabell 8-1: Handleturer til Danmark, Sverige og Finland 2000-2002. Prosent. Vektet. Fordelt på måned**

2000	DANMARK	SVERIGE	FINLAND	Totalt
Januar	4,4	6,1	9,7	5,9
Februar	11,1	5,6	6,5	6,5
Mars	8,9	7,5	9,7	7,7
April	5,4	8,4	6,5	7,9
Mai	6,9	7,5	3,2	7,4
Juni	10,6	10,0	6,5	10,0
Juli	11,1	11,1	9,7	11,1
August	7,2	8,9	9,7	8,6
September	10,9	9,9	9,7	10,1
Oktober	5,4	8,2	6,5	7,7
November	8,6	9,1	3,2	9,0
Desember	9,4	7,9	19,4	8,2
	100	100	100	100
	405	2050	31	2486
2001	DANMARK	SVERIGE	FINLAND	Totalt
Januar	7,1	5,4	3,6	5,6
Februar	8,2	6,6	1,8	6,7
Mars	9,0	6,0	10,7	6,5
April	4,9	9,3	3,6	8,5
Mai	10,1	7,3	5,4	7,7
Juni	8,4	9,2	12,5	9,1
Juli	9,5	10,5	23,2	10,7
August	10,6	9,9	26,8	10,4
September	7,1	7,5	1,8	7,3
Oktober	7,9	10,2	3,6	9,7
November	9,2	9,0	7,1	9,0
Desember	8,2	9,1		8,7
	100	100	100	100
	368	1994	56	2418
2002	DANMARK	SVERIGE	FINLAND	Totalt
Januar	3,0	5,0		4,6
Februar	8,0	7,1	11,1	7,3
Mars	9,1	8,2	14,8	8,5
April	8,3	6,6	9,3	6,9
Mai	12,2	9,0	1,9	9,3
Juni	5,8	10,7	9,3	10,0
Juli	12,2	11,1	16,7	11,4
August	7,2	9,3	11,1	9,0
September	8,0	8,3	7,4	8,2
Oktober	11,4	7,8	7,4	8,3
November	8,3	7,9	7,4	8,0
Desember	6,4	9,0	3,7	8,5
	100	100	100	100
	361	2166	54	2581

**Tabell 8-2: Handleturer til Danmark, Sverige og Finland 2000-2002. Prosent. Vektet. Fordelt på dag**

2000	DANMARK	SVERIGE	FINLAND	Totalt
Mandag	16,8	11,4	28,1	12,5
Tirsdag	14,4	12,8	6,3	13,0
Onsdag	18,6	13,4	21,9	14,3
Torsdag	17,6	14,1	9,4	14,6
Fredag	13,1	19,7	9,4	18,5
Lørdag	12,6	19,6	15,6	18,4
Søndag	6,9	9,1	9,4	8,7
	100	100	100	100
	405	2050	31	2486
2001	DANMARK	SVERIGE	FINLAND	Totalt
Mandag	13,6	13,1	16,4	13,3
Tirsdag	16,3	13,4	7,3	13,7
Onsdag	13,6	15,8	7,3	15,2
Torsdag	18,4	18,3	12,7	18,2
Fredag	13,6	15,1	21,8	15,0
Lørdag	13,3	15,3	20,0	15,1
Søndag	11,4	9,0	14,5	9,5
	100	100	100	100
	369	1996	55	2420
2002	DANMARK	SVERIGE	FINLAND	Totalt
Mandag	13,3	13,5	13,0	13,4
Tirsdag	14,1	12,3	7,4	12,4
Onsdag	21,0	15,2	18,5	16,1
Torsdag	14,1	14,1	5,6	13,9
Fredag	14,6	14,5	16,7	14,5
Lørdag	10,8	20,4	25,9	19,1
Søndag	12,2	10,1	13,0	10,5
	100	100	100	100
	362	2166	54	2582

### 8.1.2 Hvilke produkter man handler

Mens vin og brennevin er det typiske handleprodukt i Danmark, er kjøtt og matvarer det som handles mest i Sverige. Alkohol er for eksempel dyrere i Sverige enn i Danmark (Burksås et al 2001). På den annen side har andelen av turene til Sverige der en har kjøpt vin og brennevin økt fra 2000 til 2002, noe som kan skyldes endringer i lørdagsåpne pol i Sverige 1. juli 2001. Andelen som kjøpte vin/brennevin økte spesielt fra august 2001 og utover. Ellers bærer nok grensehandelsturer til Sverige preg av mer ordinære dagligvareturer enn reise til Danmark som for flere har mer tur og turisme i seg. Man tar da også gjerne båten over til Danmark, som i seg selv blir en tur. Båt tar man også fra Vestfold til Strømstad, men langt i samme omfang som til Danmark.

Vi ser ellers at kjøttandelen gikk noe ned i 2001 sammenlignet med 2000, noe som kan ha sammenheng med munn og klovsyke i Europa, som førte til importforbud 14.03 2001 av kjøtt og melkeprodukter<sup>36</sup> til Norge en periode. Dette ser vi også av neste tabell der kjøttandelen gikk dramatisk ned i mars 2001.

<sup>36</sup> <http://www.kjottfe.no/nyhet/forebyggsykdom.pdf>

Tabell 8-3: Prosentandel av hva man har kjøpt 2000-2002. Vektet

2000	Danmark	Sverige	Finland	Total
Kjøtt	56	78	74	74
Andre matv	40	70	55	65
Andre produkter	52	47	58	48
Meieriprodukter	24	50	23	46
Tobakk	37	36	48	36
Brus	14	35	23	31
Vin/sprit	62	24	16	30
Øl	30	27	55	28
Fjærkre	11	28	3	25
Tekstil	14	7	13	8
	405	2050	31	2486
2001	Danmark	Sverige	Finland	Total
Kjøtt	49	68	43	64
Andre matv	39	70	36	65
Andre produkter	60	43	52	46
Meieriprodukter	26	45	20	41
Tobakk	40	39	18	39
Brus	13	32	46	29
Vin/sprit	62	30	44	35
Øl	33	28	47	30
Fjærkre	13	32	7	29
Tekstil	14	6	9	7
	368	1995	55	2418
2002	Danmark	Sverige	Finland	Total
Kjøtt	47	71	83	68
Andre matv	47	71	54	67
Andre produkter	64	44	44	46
Meieriprodukter	29	44	37	42
Tobakk	39	43	35	42
Brus	19	37	54	35
Vin/sprit	61	32	26	36
Øl	37	32	54	33
Fjærkre	14	33	30	30
Tekstil	19	8	13	10
	361	2167	54	2582

**Tabell 8-4: Andel som har kjøpt kjøtt, vin-brennevin i Sverige i 2001. Prosent. Vektet**

	Andel som kjøpte kjøtt	Andel som kjøpte vin brennevin	N
Januar	75	19	108
Februar	79	27	131
Mars	40	31	119
April	63	20	186
Mai	69	22	147
Juni	70	19	183
Juli	64	30	210
August	65	35	198
September	69	20	148
Oktober	72	39	204
November	76	41	180
Desember	70	43	181
Gjennomsnitt	68	30	1995

### 8.1.3 Hvor mye man handler for

Hvor mye man handler for pr tur – 2000 – 2002 NOK - vektet

2000	Gj.snitt	N
DANMARK	881,79	405
SVERIGE	761,86	2050
FINLAND	831,39	31
Total	782,25	2486
2001		
DANMARK	837,86	368
SVERIGE	763,55	1995
FINLAND	818,85	55
Total	776,13	2419
2002		
DANMARK	837,60	361
SVERIGE	868,58	2166
FINLAND	914,98	54
Total	865,22	2582

Gjennomsnittlig handlebeløp var litt større i Danmark enn Sverige i både 2000 og 2001, mens i 2002 hadde handlebeløpet til Sverige gått forbi Danmark. Dette tyder på at grensehandelen til Sverige har økt i denne perioden.



## 8.1.4 Hvor mye man handler for i Sverige etter måned og dag

**Tabell 8-5: Hvor mye man har handlet for pr tur i Sverige etter måned. NOK 2000-2002. Vektet**

	2000		2001		2002,00	
	G.snitt	N	Gj.snitt	N	Gj.snitt	N
Januar	705,01	125	651,17	108	794,91	109
Februar	784,20	114	783,78	131	774,45	153
Mars	718,15	153	596,07	119	954,79	178
April	827,37	172	700,99	186	768,83	142
Mai	687,10	154	719,61	146	777,19	196
Juni	786,26	204	733,51	183	947,70	232
Juli	770,29	227	749,29	210	855,97	241
August	631,06	182	740,39	198	830,84	201
September	712,74	203	622,26	149	837,53	179
Oktober	687,51	168	774,12	203	753,31	168
November	797,44	187	896,65	180	1016,58	172
Desember	1036,60	161	1069,67	181	1027,32	195
Total	761,86	2050	763,55	1995	868,58	2166

Skravert felt; påske

**Tabell 8-6 Hvor mye man har handlet for pr tur i Sverige etter dag. NOK 2000-2002. Vektet**

	2000		2001		2002	
	Gj.snitt	N	Gj.snitt	N	Gj.snitt	N
Mandag	653,60	233	682,15	262	796,87	292
Tirsdag	717,08	263	756,75	267	942,92	266
Onsdag	694,39	274	738,21	315	774,28	330
Torsdag	776,76	290	817,12	366	784,61	305
Fredag	818,89	404	648,53	301	940,52	313
Lørdag	758,80	401	872,87	305	906,13	441
Søndag	918,82	186	834,91	180	954,51	219
Total	761,86	2050	763,55	1995	868,58	2166

Desember er den måneden man handler for gjennomsnittlig de største beløpene i Sverige, alle de tre årene. Dette er samme mønster som andre har funnet, at en julekurv er ca SEK 150-200 større enn en vanlig grensehandelskurv i 1995-96 (Ericsson 1997). Ellers avleses dyreskandalen i mars 2001, der gjennomsnittsbetøpet var det minste i løpet av disse tre årene. Fordelt over måned kan vi ikke lese av gjennomsnittsbetøpene for eksempel lørdagsåpne pol i Sverige fra 1. juli 2001. Denne datoen er imidlertid den samme som halveringen av merverdiavgiften på mat i Norge. Det kan hende disse to hendelsene har nulltet ut en evt endringseffekt, men med alle mulige forbehold.

Fordelt på dager er søndagen den dagen man handler gjennomsnittlig mest. Dette gjelder alle tre år. Så selv om det ikke er søndagen man foretar flest innkjøp (mellom 9 og 10 prosent av turene var lagt til søndag), så handles det for større beløp denne dagen. Lørdag har ellers

fått et stadig økende gjennomsnittsbetrag, noe som kan forklares med lørdagsåpne pol i perioden.

### 8.1.5 Hvor kommer man fra i Norge når man handler i Sverige?

Det er forbrukere fra Østfold som har de fleste innkjøpsturene til Sverige. Denne andelen er gått ned i perioden, noe som ikke skyldes at Østfoldingene handler gjennomfører færre handleturer til Sverige, men at turer fra andre fylker øker. Dette gjelder for eksempel fylker som Oslo, Hedmark, Buskerud og Vestfold.

**Tabell 8-7: Handleturer til Sverige – hvor man kommer fra. Prosent 2000-2002 Vektet**

	2000	2001	2002
	Prosent	Prosent	Prosent
Østfold	39,2	26,4	21,7
Akershus	8,0	9,0	7,7
Oslo	16,9	16,9	18,0
Hedmark	11,3	17,7	16,9
Oppland	1,6	1,1	2,5
Buskerud	5,1	5,7	8,8
Vestfold	7,0	8,3	9,3
Telemark	0,5	0,7	2,0
Aust-Agder	0,5	0,4	0,2
Vest-Agder	0,8	1,2	0,6
Rogaland	0,5	0,8	0,5
Hordaland	0,8	0,6	0,6
Sogn og Fjordane	0,2	0,4	0,1
Møre og Romsdal	0,4	0,6	0,8
Sør-Trøndelag	2,9	3,4	3,2
Nord-Trøndelag	1,1	2,9	2,7
Nordland	2,1	2,2	2,4
Troms	1,0	1,6	2,0
Finnmark	0,2	0,3	0,0
Total	100	100	100
	2050	1993	2166

## 8.1.6 Hvor mye man handler for i Sverige etter fylke

Tabell 8-8: Hvor mye man har handlet for pr tur etter fylke. 2000-2002. Vektet

	2000		2001		2002	
	Gj.snitt	N	Gj.snitt	N	Gj.snitt	N
Østfold	593,16	804	635,25	527	847,16	469
Akershus	1003,87	163	1020,48	180	818,90	167
Oslo	947,71	346	945,87	337	959,33	389
Hedmark	474,95	232	380,92	353	476,02	366
Oppland	572,97	32	944,58	22	890,10	55
Buskerud	1059,88	104	1068,92	114	1153,33	190
Vestfold	949,44	144	831,76	166	1078,39	201
Telemark	630,20	11	712,68	13	1270,73	44
Aust-Agder	1027,63	11	644,33	8	1115,94	5
Vest-Agder	645,07	15	935,92	24	1117,54	14
Rogaland	1620,17	10	564,45	15	1951,10	11
Hordaland	746,81	16	596,23	11	735,21	12
Sogn og Fjordane	929,77	5	861,75	7	1191,06	3
Møre og Romsdal	970,53	9	1117,29	12	1133,34	18
Sør-Trøndelag	1149,56	60	1462,56	68	944,20	69
Nord-Trøndelag	740,59	22	472,66	57	423,08	58
Nordland	754,63	44	859,12	43	863,01	51
Troms	1341,53	21	1034,88	31	1111,38	43
Finnmark	1180,78	4	473,43	5	1331,87	1
Total	761,86	2050	763,55	1995	868,58	2166

Noen fylker har svært få observasjoner, og disse tallene må tolkes med forsiktighet. Det er Østfold, Akershus, Oslo, Hedmark, Buskerud og Vestfold som har et så pass stort antall at vi kan si noe om gjennomsnittsbetøpene. Østfold og Hedmark har de laveste gjennomsnittsbetøpene. Østfold handler imidlertid for et stadig høgere betøp i denne perioden, fra 592 kr i 2000 til 847 kroner i 2002.

Det er forbrukere fra Østfold og Hedmark som gjennomfører flest turer til Sverige pr husholdning.

Tallgrunnlaget for neste tabell er i Vedlegg.

Tabell 8-9: Handleturer til Sverige. Vektet 2000, 2001 og 2002

	2000			2001			2002		
	Antall handle- turer pr hush	Prosent- andel som har hand- let i Sveri- ge	Gj.snitt handlebe- løp	Antall handletu- rer pr hush	Prosent- andel som har hand- let i Sveri- ge	Gj.snitt handlebe- løp	Antall handletu- rer pr hush	Prosent- andel som har hand- let i Sveri- ge	Gj.snitt handle- beløp
Østfold	8,4	79,9	593,15	6,8	77,7	635,23	8,4	63,6	847,16
Akershus	3,5	42,0	1003,88	3,1	44,5	1020,43	4,1	32,4	818,90
Oslo	3,5	45,3	947,73	3,0	54,6	945,85	3,2	62,4	959,33
Hedmark	7,6	51,7	474,93	11,5	51,3	380,89	9,1	56,1	476,02
Oppland	2,8	18,3	572,95	1,2	32,1	944,55	3,4	25,9	890,10
Buskerud	2,8	38,0	1059,79	3,1	41,0	1068,90	4,9	40,3	1153,33
Vestfold	3,1	57,3	949,44	5,3	54,2	831,76	4,3	77,2	1078,39
Telemark	1,8	21,3	630,30	2,0	14,2	712,54	2,1	48,9	1270,73
Aust-Agder	1,8	28,8	1027,73	0,7	44,0	644,48	2,4	6,5	1115,94
Vest-Agder	5,9	5,7	644,90	2,5	22,0	935,97	2,2	13,2	1117,54
Rogaland	2,2	3,6	1620,32	1,2	10,4	564,40	1,3	7,5	1951,10
Hordaland	1,6	8,5	746,79	1,5	5,2	596,36	2,5	3,9	735,21
Sogn og Fj.	0,8	12,4	930,01	0,9	15,4	861,89	0,3	18,3	1191,06
Møre og Romsd	1,6	6,2	970,60	7,4	2,0	1117,19	9,4	2,3	1133,34
Sør-Trøndelag	4,1	17,6	1149,62	5,0	16,4	1462,47	3,4	25,9	944,20
Nord-Trøndelag	1,9	24,9	740,64	2,7	42,6	472,59	2,3	49,4	423,08
Nordland	2,2	20,4	754,61	1,7	29,2	859,11	2,1	27,0	863,01
Troms	1,7	34,4	1341,53	1,8	40,5	1034,97	5,4	15,5	1111,38
Finnmark	5,9	3,3	1181,01	9,3	1,6	473,21	0,4	11,7	1331,87
Total	4,4	31,2	761,85	4,0	33,5	763,53	4,4	33,1	868,58

Det gjennomsnittlige handlebeløp for hele landet var omtrent det samme i 2000 og 2001, men steg betraktelig i 2002. Derimot økte andelen som hadde handlet i Sverige fra 2000 til 2001, mens den holdt seg på samme nivå i 2001 og 2002. Samlet sett synes grensehandelen til Sverige å ha økt hvert år i denne perioden, men mest fra 2001 til 2002. Vi tror også at grensehandelen til Sverige økte en del fra 1999 til 2000. I den perioden ble grensehandelen satt på den politiske dagsorden og ble mye diskutert i media (Lavik et al 2003). Tall fra Gfk viste da også at kjøp av kjøtt i utlandet steg fra 4,1 prosent kjøtt totalt innkjøpt i private husholdninger i 1999 til 6,3 prosent i 2000 (volum). Disse tallene gjelder utlandet generelt, men vi vet at det er i Sverige mesteparten av kjøttet som blir importert av privathusholdninger blir kjøpt.

I 2002 var der ganske få observasjoner i Østfold, kun 88 hushold og av disse hadde 56 handlet i Sverige. Dette gir store feilmarginer på andelen som har handlet i Sverige, som gir et 5 prosents konfidensintervall på +/-10 prosentpoeng.

## 8.2 MMI og Gallup

I denne delen skal vi vise resultater om grensehandel fra andre kilder, stort sett fra MMI og Gallup. Fra MMI er resultatene fra 1999-2000 (MMI Monitor), fra Gallup har vi resultater fra 1999, 2001-2002 og 2003.

### 8.2.1 MMI 1999-2000

Dataene fra MMI er MMIs monitor. MMI monitor er en postenquete som er representativ for den norske befolkning, og som gjennomføres jevnlig (Alder 15-95 år).

I MMI's Norsk Monitor for 1999-2000 ble følgende spørsmål om grensehandel stilt:

*“Hvis du ser tilbake på de siste 12 måneder, omtrent hvor mange ganger har du handlet dagligvarer for å ta med hjem i følgende land? i Sverige, i Danmark, i Finland, i England”.*

Det er personer som er spurt, slik at hvis andre i en flerpersonshusholdning har grensehandlet vil ikke det bli registrert. Det er også viktig å være klar over at grensehandelen er avgrenset til dagligvarer.

### 8.2.2 Gallup 2001-2002

I en stor enquete – Forbruker og Media – gjennomført av Gallup i 2001-2002 er følgende spørsmål stilt:

*Hvor mange ganger i løpet av de siste 12 mnd har du vært i utlandet for å handle? (Færre enn 3 ganger, 3-6 ganger, 7-11 ganger, 12 ganger eller mer, har ikke reist til utlandet for å handle)*

*Når du reiser til utlandet for å handle, hvilket land reiser du som oftest til? (Sverige, Danmark, Finland, Russland, Annet)*

Siste gang du var i utlandet for å handle, hvilke typer varer/produkter kjøpte du? (Dagligvarer, tobakk/snus, øl/mineralvann, vin/brennevin, konfeksjon, bilutstyr/rekvisita, bensin, elektriske artikler, data/it-utstyr, radio/musikkanlegg, annet)

Dette er også spørsmål til personen og ikke husholdningen. Her er handlespørsmålet generelt og ikke avgrenset til dagligvarer.

### 8.2.3 Gallup 1999 og 2003

Dette var telefonintervju av et representativt utvalg av den norske befolkning. Antall personer som ble intervjuet var ca 1000 i 1999 og 925 i 2003, alderen 18 til 80 år.

Undersøkelsen i 1999 ble utført i slutten av oktober, mens undersøkelsen i 2003 ble utført i februar. Det er derfor ikke de samme 6 månedene det blir besvart for, noe som gjør sammenligningen over tid noe usikker. I 2003 vil julen være inkludert, mens i 1999 er sommer inkludert.

To av spørsmålene som ble stilt var identisk for begge undersøkelsene:

*Har din husstand i løpet av de siste 6 månedene handlet dagligvarer i Sverige for å ta med hjem?*

*Hvis ja, hvor mange ganger?*

Siste spørsmål ble kun stilt i 2003:

Hvor mye handlet du eller din husstand for i dagligvarer siste gang, i norske kroner (omtrent)?

Dette var spørsmål om husholdningene. Det vil si at de også kan svare på andres vegne, dersom de kjenner svarene.

### 8.2.4 Hvilket land man reiser oftest til?

**Tabell 8-10: Prosentandel – hvilket land man reiser oftest til når man handler. Gallup 2001-2002, vektet, 18-80 år**

	Sverige	Danmark	Finland
Andel ja	46	15	2
N	9591	9591	9591

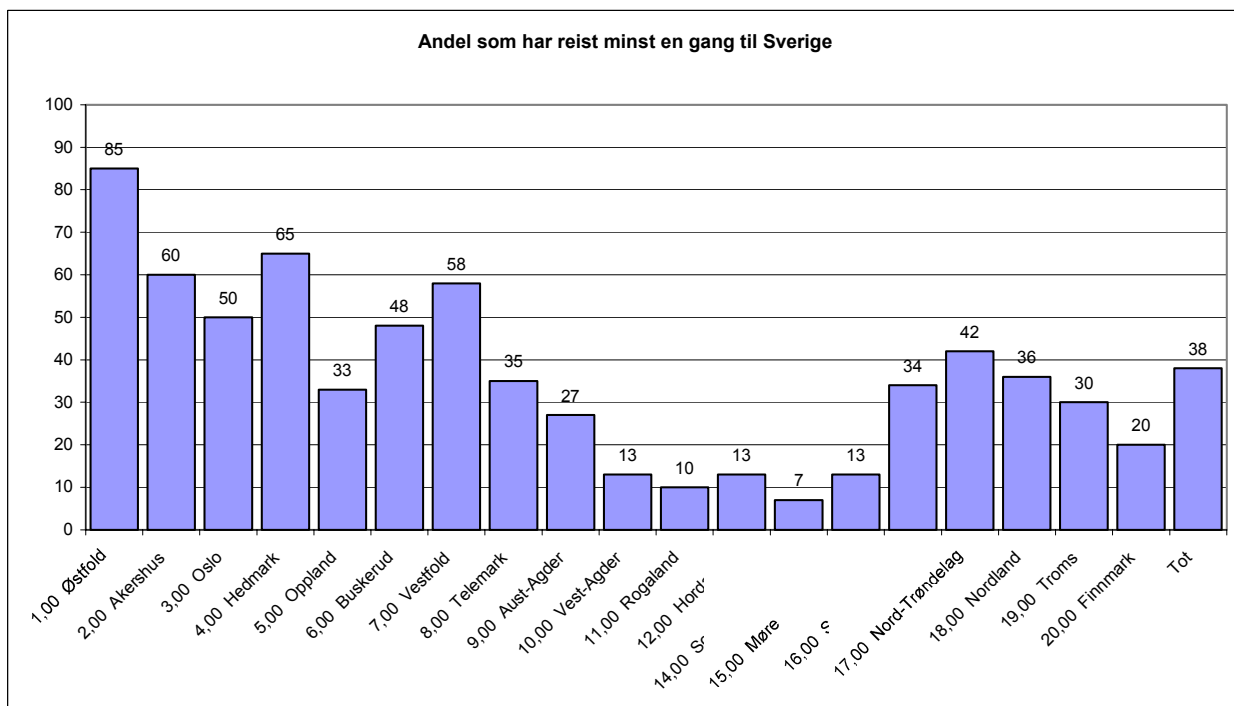
Dette spørsmålet er generelt og ikke relatert til spørsmålet om hvor ofte man har handlet i løpet av de siste 12 mnd. Det er Sverige som i peker seg ut som det store grensehandelslandet for nordmenn som handler i andre land. Sverige grenser til store deler av Norge, mens Finland grenser til Finnmark fylke. Mellom Danmark og Norge er grensen sjø, og denne må krysses med båt eller fly hvis man ikke reiser via Sverige.

### 8.2.5 Grensehandel i Sverige etter fylke

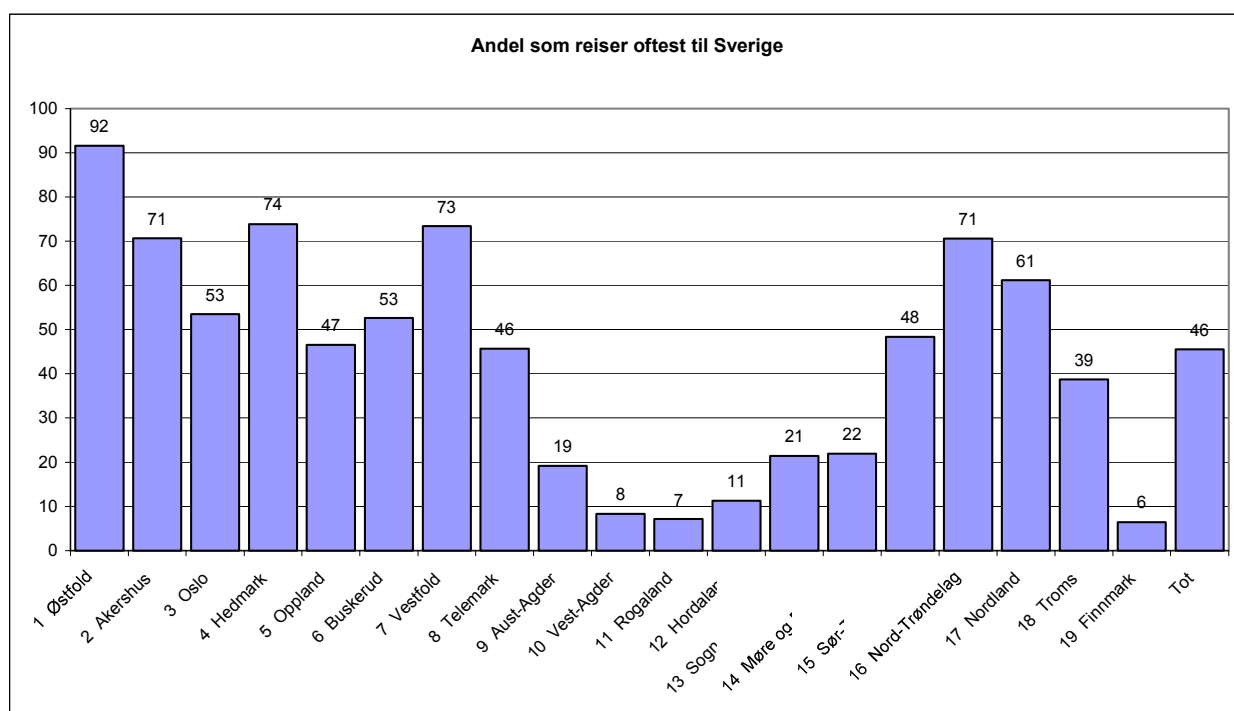
Enkelte resultater for Sverige og Finland (se vedlegg)

I løpet av de siste 12 månedene 1999-2000 hadde 38 prosent handlet dagligvarer i Sverige en eller flere ganger. Østfold er det fylket som opplever den største handelslekkasjen: 85 % hadde handlet i Sverige i løpet av siste år, og 67 prosent flere enn 3 ganger. Også forbrukere fra Akershus, Oslo, Hedmark, Buskerud og Vestfold handler mer eller mindre regelmessig dagligvarer i Sverige. Forbrukerne fra Vestfold kommer antakeligvis båtveien. Det er rimeligvis fylker som grenser til Sverige som har størst handelslekkasje. Forbrukere fra fylkene på Sør- og Vestlandet handler lite der. I Nord-Trøndelag er det en del som handler relativt hyppig over grensen, noe færre fra Nordland og Troms, og enda færre fra Finnmark. I Finnmark hadde 20 prosent handlet i Sverige en eller flere ganger i løpet av siste 12 mnd. Svært få handler der 4 ganger i året eller flere.

Grensehandel i Finland synes svært liten. 90 prosent har aldri handlet dagligvarer i Finland. To fylker skiller seg imidlertid klart ut, det er Troms og Finnmark. Spesielt fra Finnmark er det kun 21 prosent som svarte at de aldri hadde handlet dagligvarer i Finland i løpet av de siste 12 månedene. 29 prosent har handlet der 4 ganger eller oftere, og 32 prosent har handlet der 1 til 3 ganger i løpet av de siste 12 månedene. Finnmarkingene handler imidlertid ikke så ofte i Finland som forbrukerne fra Østfold handler i Sverige. For mange finnmarkinger er avstanden til Finland svært mye lengre enn det er for mange av forbrukerne i Østfold til Sverige. Fra Troms er det 18 prosent som har handlet i Finland en gang eller oftere i løpet av de siste 12 månedene.



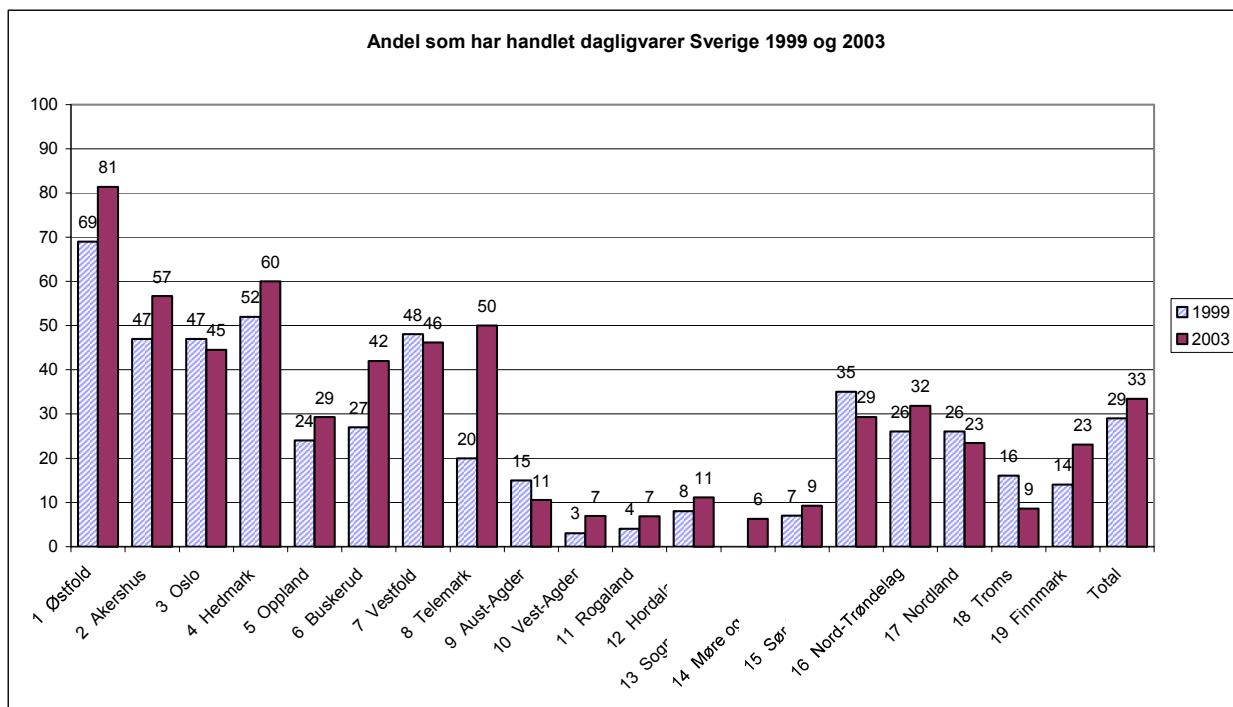
**Figur 8-1: Andel som har reist minst en gang til Sverige i løpet av de siste 12 mnd for å handle dagligvarer. (15 år og eldre) N=3810. MMI monitor Vektet 1999-2000**



**Figur 8-2: Andel som oftest reiser til Sverige. 18-80 år. Vektet. N=9593. Gallup 2001-2002. Vektet**

Disse to figurene viser samme tendens, men forskjellige størrelser på andelen. Dette skyldes at spørsmålene er forskjellig stilt, samt at i den første figuren er det dagligvarer som er angitt, mens neste er det handling generelt.

## 8.2.6 Endring 1999 til 2003



**Figur 8-3: Har din husstand i løpet av de siste 6 månedene handlet dagligvarer i Sverige for å ta med hjem? Andel som har svart ja. N: 1999=996, 2003=922 Alder 18-80. Gallup 1999 og 2003.**

Andelen som har handlet dagligvarer i Sverige i løpet av siste halvår har økt fra 29 prosent til 33 prosent (egentlig 33,4). Dette er signifikant for  $p < .05$  når vi beregner konfidensintervaller for forskjeller (Hellevik 1991). Endringen er imidlertid ikke vesentlig. Fra 1999 til 2000 var det også små endringer. Opinion gjorde tre undersøkelser i des 1999, juni 2000 og des 2000 som var representativ for østlandsområdet. Desember 1999 var det 44 prosent som svarte positivt på at de hadde handlet varer i Sverige for å ta med hjem i løpet av siste halvår, 43 prosent i juni 2000 og 45 prosent i desember 2000. Dette er ingen forskjell. Noen flere hadde imidlertid handlet fra 2-4 ganger, mens noen færre 5 ganger eller flere. Dette må sies å ikke være noen endring. Beløpet man handler har imidlertid økt med 200 kr i perioden des 1999 til des 2000. I Opinions undersøkelse var det varer generelt og ikke avgrenset til dagligvarer.

Enkelte fylker synes imidlertid å ha hatt en større økningen enn andre. Dette gjelder fylker som Østfold, Hedmark, Buskerud og Telemark. Hvis vi slår sammen 8 østlandsfylker: Østfold, Akershus, Oslo, Hedmark, Oppland, Buskerud, Vestfold og Telemark, får vi følgende resultat:



**Tabell 8-11: Andel som hadde handlet dagligvarer i Sverige siste 6 mnd (Gallup). 18-80 år Vektet Prosent**

	1999	2003
Østlandet	44	52
Resten av landet	14	15
Gjennomsnitt	29	33,5
	996	925

Sig Østlandet  $p < .001$  (Kjikkvadrattest)

44 prosent hadde handlet dagligvarer i Sverige i 1999 mot 52 prosent i 2003 i østlandsområdet. Denne økningen er signifikant. I tillegg handler vi for større beløp, slik Gfk sine tall viser.

**Tabell 8-12: Hvor ofte man har handlet dagligvarer i løpet av de siste 6 mnd (blant dem som har handlet). Gallup 18-80 år. Vektet 1999**

	En %	To-tre %	Fire el flere %	Tot %	N	Gj.sn Ant gng
Østfold	28	28	45	100	40	6,93
Akershus	48	32	20	100	56	3,05
Oslo	37	39	24	100	49	2,88
Hedmark	50	18	32	100	22	5,82
Oppland	78	22		100	9	1,22
Buskerud	57	29	14	100	14	2,00
Vestfold	42	47	11	100	19	2,05
Telemark	57	43		100	7	1,71
Aust-Agder	100			100	2	1,00
Vest-Agder	100			100	1	1,00
Rogaland		100		100	3	2,00
Hordaland	100			100	8	1,00
Møre og Romsd	100			100	4	1,00
Sør-Trøndelag	57	29	14	100	21	2,00
Nord-Trøndelag	89	11		100	9	1,11
Nordland	56	38	6	100	16	2,63
Troms	50	33	17	100	6	2,00
Finnmark	50	50		100	2	2,00
	<b>49</b>	<b>31</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>288</b>	<b>3,26</b>

Std 5,80

**Tabell 8-13: Hvor ofte man har handlet dagligvarer i Sverige i løpet av de siste 6 mnd (blant dem som har handlet) Gallup 18-80 år. Vektet 2003**

	En	To-tre	Fire el flere		N	Gj.sn
Østfold	10	19	71	100	48	8,79
Akershus	39	46	14	100	56	2,36
Oslo	38	36	27	100	45	2,33
Hedmark	25	42	33	100	24	6,02
Oppland	67	25	8	100	12	2,13
Buskerud	24	52	24	100	21	2,61
Vestfold	38	42	21	100	24	2,71
Telemark	46	38	15	100	13	2,11
Aust-Agder	50	50		100	2	1,50
Vest-Agder	33	33	33	100	3	2,71

	En	To-tre	Fire el flere		N	Gj.sn
Rogaland	67	33		100	6	1,30
Hordaland	67	22	11	100	9	1,68
Møre og Romsd		100		100	1	2,00
Sør-Trøndelag	100			100	5	1,00
Nord-Trøndelag	63	31	6	100	16	1,80
Nordland		71	29	100	7	4,32
Troms	40	20	40	100	10	4,66
Finnmark	100			100	3	1,00
19 Finnmark	67	33		100	3	1,28
	<b>37</b>	<b>36</b>	<b>27</b>	<b>100</b>	<b>308</b>	<b>3,66</b>

Std: 4,728

I tillegg handles det oftere i Sverige i 2003 enn i 1999 (signifikant for  $p < .05$  – T-test mellom forskjeller; 3,26 i 1999 og 3,66 i 2003).

Både i 1999 og 2003 var det forbrukerne fra Østfold som skilte seg ut som de hyppigste grensehandlerne. Langt de fleste husholdningene i Østfold handler i Sverige, og de handler der gjennomsnittlig mer enn en gang i måneden. Handlehyppigheten har også økt for grensehandlerne fra Østfold. I 1999 var det 45 prosent som handler dagligvarer der fire eller flere ganger i løpet av de siste 6 mnd, en andel som hadde økt til 71 prosent i 2003.

**Tabell 8-14: Hvor ofte man handlet dagligvarer i Sverige i 1999 og 2003. Gallup. Vektet Prosent**

	1999			2003		
	Østlandet	Resten	Tot	Østlandet	Resten	Tot
En	44	67	49	32	56	37
To-tre	32	26	31	37	30	36
Fire eller flere	24	7	20	31	14	27
	100	100	100	100	100	100
	216	72	288	243	66	309

Deler vi inn de 8 østlandsfylkene i ett området og sammenligner det med resten av landet, har de fra østlandsfylkene økt handlehyppigheten sin til Sverige. Det var flere i 2003 som handlet to eller flere ganger enn i 1999 (sig for  $p < .01$ ).

## 8.2.7 Hvor mye man handler for i Sverige etter fylke

**Tabell 8-15: Hvor mye handlet du eller din husstand for i dagligvarer siste gang, i norske kroner (blant dem som har handlet). Gallup 2003 – 18-80 år**

	NOK	N
Østfold	820	47
Akershus	1502	54
Oslo	1541	44
Hedmark	1036	24
Oppland	1805	11
Buskerud	1804	21
Vestfold	1247	24
Telemark	1514	11
Aust-Agder	1825	2
Vest-Agder	1395	2
Rogaland	1113	5
Hordaland	570	8
Sogn og Fj	3000	1
Møre og Romsd	1167	5
Sør-Trøndelag	597	14
Nord-Trøndelag	872	7
Nordland	1244	11
Troms	1641	2
Finnmark	158	3
Total	1264	298

Det er store variasjoner i hvor mye man handler for hver gang. Enkelte fylker har imidlertid svært få observasjoner og kan egentlig ikke tolkes. Hovedinntrykket er likevel at Østfold handler for gjennomsnittlig mindre enn en del av de andre fylkene, noe som skyldes at de har kortere vei og reiser dit oftere.

**Tabell 8-16: Et estimat på hva man har handlet for i løpet av de siste 6 mnd – dagligvarer. Alder på den som har svart: 15 år eller eldre. Gallup 2003.**

	NOK	Andel ja	Gj.sn handle- rer	Total bef	Antall hushold som har handlet	Handlet for totalt
Østfold	866	83	8,73	111147	92338	698019090
Akershus	1473	58	2,41	195008	112711	400709680
Oslo	1510	45	2,24	266856	119859	406201302
Hedmark	967	59	5,49	82710	48547	257631068
Oppland	1805	29	2,13	79437	22696	87067172
Buskerud	1838	47	3,43	104325	49417	311829549
Vestfold	1282	46	2,63	94339	43675	147191238
Telemark	1514	45	2,11	72796	32633	104032180
Aust-Agder	1825	9	1,50	42633	3876	10609803
Vest-Agder	1395	6	2,71	65059	4197	15889080
Rogaland	1113	6	1,30	153026	9446	13648119
Hordaland	517	11	1,60	183971	19840	16406430
Sogn og Fj	3000	5	2,00	42867	2143	12860100
Møre og Romsd	1167	9	1,00	99671	8592	10025357
Sør-Trøndelag	562	32	1,83	115766	36751	37787181
Nord-Trøndelag	872	27	4,32	52550	14148	53312403
Nordland	1148	27	4,01	102229	28063	129068603
Troms	1641	7	1,00	65259	4775	7837808
Finnmark	158	21	1,28	31899	6836	1387394
Total	1256	34	3,66	1961548	660544	2721513557
N	331	1029	349			

I et forsiktig forsøk på å estimere grensehandelen for dagligvarer har vi gjort noen anslag. Vi er kommet frem til at ca 2,7 milliarder er brukt på kjøp av dagligvarer i løpet av de siste 6 mnd. Da er altså ikke alkoholvarer inkludert, men tobakksvarer dersom de er kjøpt i en dagligvarebutikk. Heller ikke andre produkter er med som selges andre steder enn i dagligvarebutikker<sup>37</sup>.

<sup>37</sup> Intervjuerinstruksen: Spørsmålet kartlegger hvorvidt respondenten har handlet DAGLIGVARER i Sverige i løpet av de siste 6 månedene. Vi tenker da på varer som tas med tilbake til Norge. Med dagligvarer menes ordinære husholdningsvarer, som handles i dagligvareforretning. Vin, sprit etc, som handles på Systembolaget, holdes utenfor. Det samme gjelder annet utstyr som møbler, bilrekvisita, legemidler etc.

## 8.2.8 Alder

**Tabell 8-17: Handlet dagligvarer i Sverige de siste 12 mnd etter alder. (15 år og eldre) Vektet MMI monitor 1999-2000**

	15-30 år	31-40 år	41-50 år	51-60 år	eldre enn 60 år	Total
10 eller mer	4	6	4	6	5	5
4-9	8	8	9	10	8	8
1-3	29	29	24	23	19	25
Sjeldnere	15	18	19	16	15	16
Handler aldri	44	40	43	44	53	45
	100	100	100	100	100	100
	1031	724	667	549	839	3810

Sig p&lt;.001 (kjikvadrattest)

**Tabell 8-18: Antall ganger handlet siste 12 mnd (de som kun pleier å reise til Sverige) etter alder. Vektet. Gallup 2001-2002**

	18 - 25 år	26 - 45 år	46 - 66 år	67 år +	Total
12 ganger eller mer	4	6	5	4	5
7-11 ganger	4	7	7	6	6
3-6 ganger	19	22	24	24	23
Færre enn 3 ganger	52	45	44	50	46
Har ikke reist til utlandet for å handle	20	20	20	16	20
	100	100	100	100	100
	519	1685	1273	592	4069

Sig p&lt;.01 (kjikvadrattest)

Det er personer i de midterste aldersgrupper som handler oftere dagligvarer i Sverige sammenlignet med de yngste og eldste. Forskjellene er imidlertid ikke store.

**Tabell 8-19: Hvor mye de handlet for siste gang - de som kun har handlet i Sverige – 13 år og eldre – Vektet. 2001-2002 (Gallup 2001-2002)**

	13 - 19 år	20 - 29 år	30 - 39 år	40 - 49 år	50 - 59 år	60 - 69 år	70 år +	Total
Mindre enn 1.000 kroner	58	39	30	30	40	50	67	42
1.000 - 1.999 kroner	25	41	44	44	41	38	26	38
2.000 - 2.999 kroner	9	12	17	16	13	10	4	12
3.000 - 3.999 kroner	3	4	4	5	3	2	1	3
Mer enn 4.000 kroner	3	3	4	4	2	0	1	3
6 Ubesvart	2	1	1	1	1	1	2	1
	100	100	100	100	100	100	100	100
	575	692	880	788	707	469	499	4610

P&lt;.001(kjikvadrattest)

**Tabell 8-20: Hva de har handlet de som kun har vært i Sverige etter alder (har ikke nødvendigvis handlet de siste 12 mnd). Vektet. Alder: 13 år og eldre Gallup 2001-2002**

	13-19 år	20-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70 år +	Tot	
Dagligvarer	74	83	85	87	87	87	83	84	***
Tobakk/snus	23	56	54	53	50	42	32	46	***
Vin/brennevin	22	47	44	52	51	54	53	46	***
Øl/mineralvann	44	62	53	52	40	29	18	45	***
Annet	47	22	17	15	14	15	13	20	***
Bensin	11	12	17	16	15	15	11	14	***
Konfeksjon	8	7	7	9	5	3	6	7	**
Bilutstyr/rekvisita	4	3	4	4	3	2	2	3	
Elektriske artikler	7	4	3	2	1	2	1	3	***
Radio/TV/musikkanl	5	3	2	2	1	0	1	2	***
Data/it-utstyr	7	2	2	1	0	0	0	2	***
	575	692	880	788	707	469	499	4610	

Sig: \* p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001 (kjkvadrattest)

Mens dagligvarer handles innen de fleste aldersgrupper, er det relativt flere i aldersgruppen 20 til 60 år som handler tobakk/snus. Vin/brennevin handles av flere som er 40 år og eldre, mens øl/mineralvann handles av spesielt dem i aldersgruppen 20-29 år. Det er relativt mange av de aller yngste som handler "annet". Dette kan være sjokolade og andre godterier som er en svært populær grensehandelsvare.

## 8.2.9 Kjønn

**Tabell 8-21: Handlet dagligvarer i Sverige de siste 12 mnd etter kjønn (15 år og eldre). Vektet MMI monitor 1999-2000**

	Mann	Kvinne	Total
10 eller mer	6	4	5
4-9	9	8	8
1-3	26	24	25
Sjeldnere	15	17	16
Handler aldri	44	46	45
	100	100	100
	1895	1916	3811

Sig for p<.05 Kjkvadrattest

**Tabell 8-22: Antall ganger handlet siste 12 mnd de som kun pleier å reise til Sverige etter kjønn. Gallup 2001-2002 vektet**

	Mann	Kvinne	
12 ganger eller mer	6	5	5
7-11 ganger	7	6	6
3-6 ganger	25	21	23
Færre enn 3 ganger	44	48	46
Har ikke reist til utlandet for å handle	18	21	20
	100	100	100
	2070	2003	4073

Sig p<0.001 (kjkvadrattest)

Det er også relativt flere menn enn kvinner som grensehandler i Sverige, selv om forskjellene ikke er store her heller. Nå vet vi imidlertid ikke om disse familiene reiser sammen, eller om de reiser og handler alene.

Det er vanligvis kvinner i husholdningene som er hovedansvarlig for dagligvarekjøpene (Lavik 1999). Over 70 prosent av gifte/samboende kvinner gjorde mer enn halvparten av dagligvareinnkjøpene. Dette mønsteret var relativt stabilt på hele 90-tallet. Når det gjelder grensehandel er kjønnsfordelingen ganske lik; det er like mange menn som grensehandler som kvinner. Dette kan også skyldes at grensehandel i Sverige er en tur sammen med familien. Grensehandel har jo også vært knyttet til fritidsreiser og utflukter (Ericsson 2001). I undersøkelser fra Opinion (1999) viser at om lag ¼ av handleturene var hovedformålet er ferie- eller fritidstur.

**Tabell 8-23: Handlet dagligvare i Sverige de siste 12 mnd etter sivilstatus. MMI. Vektet. 1999-2000**

Mann	Gift/sambo	Førgifte	Enslig/ikke gift	Total
10 eller mer	6	9	4	6
4-9	9	7	8	9
1-3	26	21	28	26
Sjeldnere	16	13	16	15
Aldri	43	49	44	44
	100	100	100	100
	1192	183	517	1892
Kvinne				
10 eller mer	5	4	2	4
4-9	9	7	7	8
1-3	25	20	26	24
Sjeldnere	17	20	16	17
Aldri	45	49	48	46
	100	100	100	100
	1100	402	410	1912

**Tabell 8-24: Reiser som oftest til Sverige etter sivilstand og kjønn. Vektet. Gallup 2001-2002**

Mann		Gift/sambo	Førgifte	Enslig/ikke gift	Total
Når du reiser til utlandet for å handle, hvilket land reiser du som oftest til?: Sverige	Nei	53	53	53	53
	Ja	47	47	47	47
Total		100	100	100	100
		3418	360	893	4671
Kvinne					
Når du reiser til utlandet for å handle, hvilket land reiser du som oftest til?: Sverige	Nei	57	55	54	56
	Ja	43	45	46	44
Total		100	100	100	100
		3309	820	754	4883

Dataene fra Gallup viser samme tendens, det er like mange menn som kvinner som reiser til Sverige for å handle.

**Tabell 8-25: Hva de har handlet de som kun har vært i Sverige etter kjønn (har ikke nødvendigvis ha handlet de siste 12 mnd). Vektet. 18-80 år Gallup 2001-2002**

	Menn	Kvinner	Andel ja	Sig	De som svarer at de har handlet i løpet av de siste 12 mnd og har kun handlet i Sverige	Andel ja
Dagligvarer	84	86	85		Dagligvarer	85
Tobakk/snus	50	48	49		Tobakk/snus	49
Vin/brennevin	52	49	51	*	Vin/brennevin	49
Øl/mineralvann	53	39	46	***	Øl/mineralvann	46
Annet	15	19	17	***	Annet	17
Bensin	19	11	15	***	Bensin	15
Konfeksjon	6	9	7	***	Konfeksjon	7
Bilutstyr/rekvisita	5	2	3	***	Bilutstyr/rekvisita	3
Elektriske artikler	3	2	2	**	Elektriske artikler	2
Radio/TV/musikkanl	2	2	2			
Data/it-utstyr	1	0	1	**	Data/it-utstyr	1
	2203	2164	4367			4095

Sig: \* p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001 (kjkvadrattest)

For å få relatert produktene til et bestemt land, måtte vi velge ut dem som kun hadde handlet i Sverige og ikke de andre landene for å kunne klare å koble produkt til land. Det er dagligvarer som handles av de fleste, mens ca halvparten har handlet tobakk, vin/brennevin og øl/mineralvann.

## 8.2.10 Inntekt

**Tabell 8-26: Hvor mange ganger i løpet av de siste 12 måneder har du reist til utlandet for å handle? Etter husholdsinntekt. Alle – 13 år og eldre. Vektet. Gallup 2000-2001**

	Under 200	200 - 299	300 - 399	400 - 499	500 +	Ubesvart	Tot
12 ganger eller mer	2	3	2	3	2	3	3
7-11 ganger	3	4	3	3	3	3	3
3-6 ganger	12	13	15	14	13	14	14
Færre enn 3 ganger	34	35	31	34	34	30	33
Har ikke reist til utlandet for å handle	50	46	49	46	47	49	47
	100	100	100	100	100	100	100
	837	1234	1281	1411	3454	1246	9463

Ikke sig



**Tabell 8-27: Østfold Hvor mange ganger i løpet av de siste 12 måneder har du reist til utlandet for å handle? Etter inntekt. Vektet. Gallup 2000-2001**

	Under 200	200 - 299	300 - 399	400 - 499	500 +	Ubesvart	
12 ganger eller mer	13	22	23	34	22	29	24
7-11 ganger	13	24	11	19	22	19	20
3-6 ganger	23	23	31	25	29	23	26
Færre enn 3 ganger	28	27	24	13	16	19	19
Har ikke reist til utlandet for å handle	25	4	11	10	10	10	10
	100	100	100	100	100	100	100
	40	74	62	80	201	73	530

Sig p&lt;.05 (kjkvdrattest)

Inntekt viser liten sammenheng med svenskehandel. Dette gjelder også undersøkelsen fra MMI 1999-2000. Dataene fra Østfold viser en viss sammenheng, men uten noe entydig mønster. Det er imidlertid de med lavest inntekt som relativt sjeldnere reiser til Sverige for å handle, noe som kan komme av at de med lavest inntekt kanskje ikke har tilgang til bil.

### 8.2.11 Fremkomstmiddel

**Tabell 8-28: Fremkomstmiddel siste gang man var i Sverige for å handle. Vektet. 18-80 år. Gallup 2001-2002**

	Andel som har reist med bil	Andel som har reist med turbuss	Andel som har reist med ferge
Østfold	97	1	1
Akershus	90	3	5
Oslo	87	6	6
Hedmark	89	5	3
Oppland	82	9	5
Buskerud	82	7	11
Vestfold	61	2	41
Telemark	78	5	20
Aust-Agder	81	16	8
Vest-Agder	100		5
Rogaland	87	7	
Hordaland	76	9	12
Sogn og Fjordane	85	2	5
Møre og Romsdal	83	9	4
Sør-Trøndelag	80	11	1
Nord-Trøndelag	89	5	1
Nordland	90	5	2
Troms	86	3	1
Finnmark	100		
Gjennomsnitt total	85	5	7
N=4072			
2,9 prosent har reist med annet			

Ikke gjensidig utelukkende kategorier.

Det er bil som er det dominerende fremkomstmiddel. Fra Østfold reiser omtrent alle med bil. Det er rimeligvis de som kommer fra vestsiden av Oslo-fjorden som tar ferge, som Vestfold, Telemark og Buskerud.

## 8.2.12 Handel i Sverige og politisk stemmegivning

For enkelte forbrukere kan handel i Sverige fortone seg som en protest mot bl.a. den norske avgiftspolitikken og landbrukspolitikken (Storstad 2003). I så fall kan dette avspeile seg i stemmegivningen til forbrukerne.

**Tabell 8-29: Grensehandlere i Sverige etter stemmegivning og stemmegivning total. Vektet. MMI 1999, Gallup 2001-2002. (Vet ikke ekskludert)<sup>38</sup>**

	MMI 1999-2000 18 år og over			Gallup 2001-2002 18-80 år		
	Hele landet	Hele landet	Østfold	Hele landet	Hele landet	Østfold
	De som har handlet dagligvarer i Sverige 1 eller flere ganger	Stemmegivning hele landet	Østfold stemmegivning	De som pleier å handle i Sverige	Stemmegivning hele landet	Østfold stemmegivning
Arbeiderpartiet	35	31	38	28	26	28
Fremskrittspartiet (FRP)	20	14	18	22	19	23
Høyre	23	23	22	22	21	19
Kristelig Folkeparti	5	10	7	10	14	15
Rød Valgall. (AKP-ML)	1	2	2	1	1	0
Senterpartiet	3	5	9	4	5	3
Sos. Venstrep. (SV)	10	10	3	9	10	9
Venstre	2	4	2	3	4	1
Annet parti		1		1	1	1
	100	100	100	100	100	100
	958	2676	144	2975	6713	357

Fremskrittspartiet er svakt overrepresentert i disse to undersøkelsene blant grensehandlere til Sverige. På den annen side synes Fremskrittspartiet overrepresentert i Østfold sammenlignet med landet som helhet, og siden det er Østfold som er det store handlefylket, kan dette være forklaringen. Fremskrittspartiets noe overrepresentasjon i Østfold kan jo selvsagt skyldes grensehandelsproblematikken.

<sup>38</sup> For stemmegivning i MMI er spørsmålet: Hvis det hadde vært stortingsvalg kommende mandag, hvilket parti ville du stemme på? I Gallup: Hvis det hadde vært stortingsvalg kommende mandag – hvilket parti ville du stemme på?

**Tabell 8-30: Andel som har handlet i Sverige etter stemmegivning. Vektet**

	MMI 1999-2000 18 år og eldre	Gallup 2001-2002 Alder 18-80 år
	Andel som har handlet dagligvarer i Sverige	Andel som pleier å handle i Sverige
Arbeiderpartiet	41	48
Fremskrittspartiet (FRP)	52	53
Høyre	36	47
Kristelig Folkeparti	20	33
Rød Valgallianse (AKP-ML)	24	30
Senterpartiet	19	32
Sosialistisk Venstreparti (SV)	34	40
Venstre	21	32
Annet parti	26	45
Vet ikke	44	
Gjennomsnitt handle i Sverige	38	44
N handlet	1265	2975
N total	3345	6713

Når vi ser på handleatferd som avhengig variabel og stemmegivning som uavhengig, får vi noenlunde samme tendenser, men litt sterkere. Det er flere blant FRP-velgerne som handler i Sverige i begge undersøkelsene sammenlignet med for eksempel Senterpartivelgerne, Kristelig Folkeparti og Venstre. I 2001-2002 pleide 53 prosent av FRP-velgerne å handle i Sverige, sammenlignet med 32 prosent av Senterpartivelgerne. Forskjellen var enda større i 1999-2000 i undersøkelsen fra MMI. De store forskjellene på disse to undersøkelsene skyldes blant annet at spørsmålet om svenskehandel er stilt forskjellig.



## 9 Eksempler på hvor mye mindre man kan bruke

Når man reiser til Sverige for å handle pga prisforskjeller, er det i den hensikt å bruke mindre penger enn man ville gjort om man handlet de samme varene i Norge. I forbrukernes terminologi uttrykkes dette ofte som "sparing". Dette kan imidlertid være noe misvisende, spesielt hvis vi tenker på såkalte rasjonelle aktører. Såkalte rasjonelle aktører tenker på hva man bruker og ikke hva man sparer (Lavik 1990). Hvis man kjøper noe på tilbud som man ellers ikke hadde tenkt å kjøpe, og som man egentlig ikke har bruk for, har man ikke spart forskjellen mellom fullpris og tilbudspris, men man har tvert imot brukt. Kjøper man derimot noe billig som man også ville kjøpt ellers, er det mer relevant å snakke om "sparing". Dette gjelder også for dem som reiser til Sverige på grensehandel. Men sparebegrepet må man ha et reflektert forhold til. Det er altså ikke slik at jo mer man kjøper av "billige" varer i Sverige, jo mer sparer man(!)

Det er ikke uten videre gitt at de produktene en kjøper i Sverige ville de også kjøpt i Norge. Det kan hende at enkelte såkalte "luksusprodukter" som er billigere i Sverige enn i Norge gjør at en kjøper mer for eksempel indrefilé, et produkt man kanskje ikke ville kjøpt hjemme. Dette viser også Follo eksempler på fra sin undersøkelse (Follo 2003). På den annen side har man fått anledning til å unne seg noe man ellers ikke syns man har "råd" til. I tillegg er det noen størrelser som ikke nødvendigvis er substituerbare. Vi vil for eksempel ikke kjøpe 48 bokser med Coca Cola i Norge, i hvert fall ikke på en gang. Da ville vi kanskje heller kjøpt 1 ½ liter "cola" på tilbud.

Dessuten kan prisforskjellene være store prosentmessig, men kronemessig kan det gi lite uttelling. Derfor er det stor forskjell på å kjøpe en liter melk og en flaske med dyr og eksklusiv Cognac. Prosentforskjellen i pris kan være den samme, men forskjellen i kroner er formidabel. Det kan være en besparelse på noen kroner på melken, mens det kan være flere hundre kroner for de edlere dråper.

I tillegg er det kostnader forbundet med å reise til Sverige for å handle. Disse må trekkes fra såkalte "besparelser". Det kan være bilkostnader (bensin, andre bilkostnader, bompenger, ferjekostnader, etc). Det kan være lagringskostnader, man føler man må kjøpe store kvanta for at det skal "lønne seg". Dermed bindes kapital som alternativt kunne vært forrentet, samt svinn ved at varer blir liggende for lenge i fryseren og må kastes. Andre kostnader er i forbindelse med reisen, som kjøp av mat på kafé/restaurant som alternativt er dyrere enn å spise hjemme. I tillegg brukes tid, og tiden har også en pris. Hvis en taper inntekt ved å reise på handletur, er det et direkte tap. Hvis en likevel har tiden til rådighet, og denne tiden brukes til å anskaffe billigere varer, er det ikke en kostnad på samme måte. Dersom handleturen er en tur i seg selv er kostnadsberegningen også annerledes.

I fra grensehandelsundersøkelsen fra oktober 2002 (Storstad 2003) har vi følgende opplysninger om grensehandlerne i Strømstad kommune (Svinesund og Strømstad by):

**Tabell 9-1: Reiseavstand én vei, handlebeløp, handlebeløp pr person i bil og gjennomsnittlig antall personer i bil etter avstand**

	Avstand prosent	Handlebeløp NOK	Handlebeløp NOK per person som reiser med bil	Gj.sn antall personer i bil
Tom 20 km	21,6	918	516	2,1
20,1 – 50 km	25,8	1366	611	2,6
50,1 – 100 km	18,3	2106	883	2,8
100,1 - 150 km	22,4	2249	993	2,7
over 150 km	11,9	1968	893	2,5
Total	100,0	1675	762	2,5
N	361	357	305	308

Gjennomsnitt en vei var 86 km. Dvs at en gjennomsnittlig grensehandelstur til Strømstad er 17.2 mil. Dette er ganske langt. Til sammenligning var en gjennomsnittlig reiselengde til innkjøp i Norge på 6,7 km i 2001 (Hjorthol 2002). Ellers er grensehandlerne ofte 2 eller flere i bilen. Det var kun 12 prosent av dem som kom i bil som var alene i bilen. 94 prosent av grensehandlerne i denne undersøkelsen kom med privatbil (Storstad 2003).

På bakgrunn av disse tendensene har vi valgt ut noen regneeksempler. Vi har regnet for 2 personer i bil som reiser ca 20 mil. Det er ikke fullt så langt som fra Oslo til Strømstad og tilbake igjen. Der har vi lagt inn 2 bomplasseringer a kr 15,00. Vi har lagt inn at de kjøper bensin i Sverige, som med den gunstige valutakursen i høst var en del billigere enn i Norge, ca 8 kroner literen. Vi har regnet ca en liter på milen. Vi har også tenkt at siden disse to personene reiser 10 mil hver vei, bruker de nesten hele dagen på handleturen, og trenger noe å spise underveis. Det er klart disse beregningene kan diskuteres, men er kun ment som eksempler på hva man kan bruke. Man kan bruke mer og man kan bruke mindre.

**Tabell 9-2: Et tenkt eksempel på utgifter til en handletur**

Kjører 20 mil			
Kjøper bensin i Sverige for kr 8,00	Bruker 1 liter på milen		160
Pluss andre kostnader	Bompenger		30
	Spising på kafé 2 personer		200
			390

Forutsetningene for disse regneeksemplene er fravær under 24 timer. Vi har foretatt beregningene ut fra lovlig innførsel etter reglene i 2002, som var på 2000 kr. pr person. Vi har videre laget noen eksempler på lovlige kvoter i 2002 som var 3 kg kjøtt, og noen andre eksempler på lovlige kvoter i 2003 som var 10 kg kjøtt og ost. I noen eksempler er det kjøpt alkohol, i andre ikke. I eksemplene med alkohol har vi regnet 2 flasker Cognac 0,7 l og 3 liter vin for de to personene. Dette er litt mindre brennevin enn kvoten tillater og litt mer vin enn egentlig tillatt. I alle eksemplene er det kjøpt røyk, selv om ikke alle kjøper det. I så fall kan man bare tenke seg at disse produktene byttes ut med andre som har tilsvarende prisforskjeller og til ca samme prisnivå.

Grensehandelskurven består av det folk vanligvis handler der, men den er sammensatt av oss og lagt inn under lovlige kvoter for innførsel. I grensehandelsundersøkelsen var gjennomsnittlig handel av svin, okse og kylling 3 kg pr person, og 68 prosent hadde handlet 3 kg eller mindre. Dvs at 32 prosent hadde handlet for mer enn kvoten for innførsel av toll- og avgiftsfrie varer. Dette er et minimumsestimat ettersom det i disse gjennomsnittstallene ikke er med pålegg eller andre kjøttvarer.

Vi foretar også våre beregninger ut fra at det er en handletur og ikke fritidstur. Dermed så kan utgifter til handleturen bli tatt med i regnskapet. 85 prosent oppga at hovedgrunnen til turen var handletur.

Det er riktignok store prisforskjeller mellom Norge og Sverige, men det er også store prisvariasjoner i begge land. Reiser man til Sverige for å handle pga pris, bør man også kjenne til priser i de ulike butikktypene i Norge. I første eksempel har vi derfor gjort beregninger for en familie som er lite såkalt "prisbevisst", og beregningene er gjort ut fra *høyeste* pris i Strømstad og *laveste* pris i Norge. I de andre eksemplene har vi sammenlignet gjennomsnittsprisene i Strømstad og Oslo.

Eksempel 1: 2 personer med bil, reise totalt 200 km. Sammenlignet høyeste pris i Strømstad med laveste pris i Oslo. Utgifter til turen: 390 kr. Handlet kjøttkvoten 3 kg hver, ikke kjøpt alkohol.

Eksempel 2: 2 personer med bil, reise totalt 200 km. Sammenlignet gjennomsnittspriser i Oslo og Strømstad. Utgifter til turen: 390 kr. Handlet kjøttkvoten 3 kg hver, ikke kjøpt alkohol.

Eksempel 3: 2 personer med bil, reise totalt 200 km. Sammenlignet gjennomsnittspriser i Oslo og Strømstad. Utgifter til turen: 390 kr. Handlet kjøttkvoten 3 kg hver, handlet alkohol.

Eksempel 4: 2 personer med bil, reise totalt 200 km. Sammenlignet gjennomsnittspriser i Oslo og Strømstad. Utgifter til turen: 390 kr. Handlet kjøttkvoten og ostekvoten 10 kg hver (nye regler 2003), handlet alkohol.

**Tabell 9-3: Eksempel 1: Uten alkohol 3 kg kjøtt pr person. Laveste pris i Oslo, høyeste i Strømstad. 2 personer. NOK**

Pr person		Pris pr enhet i Sverige	Pris pr enhet i Norge	Handlesum totalt i Sverige NOK	Handlesum total i Norge NOK	"Besparelse"
2 kg indrefile okse	pr kg	193,63	179,00	774,52	716,00	-58,52
1 kg indrefile svin	pr kg	104,51	159,00	209,02	318,00	108,98
2 kg greddeost	pr kg	56,63	76,32	226,52	305,28	78,76
24 egg	12 egg	21,29	22,90	85,16	91,60	6,44
Te Twinings 300 poser	50 poser	16,57	27,90	198,84	334,80	135,96
Cola 48 bokser	pr boks	3,48	8,90	334,08	854,40	520,32
200 Prince mild	pr pakke	31,19	55,50	623,80	1110,00	486,20
				2451,94	3730,08	1278,14
Prosent lavere i Sverige enn i Norge						34%
Minus kostnader						-390,00
Hva man bruker mindre på denne handleturen i NOK						888,14
Lavere totalt i Sverige enn i Norge etter medregning av utgifter til turen i Prosent						24%

**Tabell 9-4: Eksempel 2: Uten alkohol 3 kg kjøtt pr person. Gjennomsnittspriser i Strømstad og Oslo. 2 personer. NOK**

Pr person		Pris pr enhet i Sverige	Pris pr enhet i Norge	Handlesum totalt i Sverige NOK	Handlesum totalt i Norge NOK	"Besparelse"
2 kg indrefile okse	pr kg	161,29	239,97	645,16	959,88	314,72
1 kg indrefile svin	pr kg	81,62	173,29	163,24	346,58	183,34
2 kg greddeost	pr kg	55,45	88,64	221,80	354,56	132,76
24 egg	12 egg	15,91	25,38	63,64	101,52	37,88
Te Twinings 300 poser	50 poser	14,96	31,07	179,52	372,84	193,32
Cola 48 bokser	pr boks	2,73	9,54	262,08	915,84	653,76
200 Prince mild	pr pakke	30,54	56,67	610,80	1133,40	522,60
				2146,24	4184,62	2038,38
Prosent lavere i Sverige enn i Norge						49%
Minus kostnader						390,00
Hva man bruker mindre på denne handleturen i NOK						1648,38
Lavere totalt i Sverige enn i Norge etter medregning av utgifter til turen i Prosent						30%

**Tabell 9-5: Eksempel 3: 3 kg kjøtt, alkohol. Gjennomsnittspriser i Strømstad og Oslo. 2 personer. NOK**

Pr person		Pris pr enhet i Sverige	Pris pr enhet i Norge	Handlesum totalt i Sverige NOK	Handlesum totalt i Norge NOK	"Besparelse"
2 kg indrefile okse	pr kg	161,29	239,97	645,16	959,88	314,72
1 kg indrefile svin	pr kg	81,62	173,29	163,24	346,58	183,34
2 kg greddeost	pr kg	55,45	88,64	221,80	354,56	132,76
24 egg	12 egg	15,91	25,38	63,64	101,52	37,88
Te Twinings 300 poser	50 poser	14,96	31,07	179,52	372,84	193,32
Cola 48 bokser	pr boks	2,73	9,54	262,08	915,84	653,76
200 Prince mild	pr pakke	30,54	56,67	610,80	1133,40	522,60
1 fl Hennessy XO	0,7 l	725,08	990,00	1450,16	1980	529,84
1 boks Gato Negro Cabernet Sauvignon (for to personer)	3 l	149,88	289,90	149,88	289,9	140,02
				3746,28	6454,52	2708,24
Prosent lavere i Sverige enn i Norge						42%
Minus kostnader						390,00
Hva man bruker mindre på denne handleturen i NOK						2318,24
Lavere totalt i Sverige enn i Norge etter medregning av utgifter til turen i Prosent						36%



**Tabell 9-6: Eksempel 4: 10 kg ost og eller kjøtt, alkohol. Gjennomsnittspriser Strømstad og Oslo. 2 personer. NOK**

Pr person		Pris pr enhet i Sverige	Pris pr enhet i Norge	Handlesum totalt i Sverige NOK	Handlesum totalt i Norge NOK	"Besparelse"
4 kg indrefile okse	pr kg	161,29	239,97	1290,32	1919,76	629,44
2 kg indrefile svin	pr kg	81,62	173,29	326,48	693,16	366,68
2 kg greddeost	pr kg	55,45	88,64	221,80	354,56	132,76
24 egg	12 egg	15,91	25,38	63,64	101,52	37,88
Te Twinings 300 poser	50 poser	14,96	31,07	179,52	372,84	193,32
Cola 48 bokser	pr boks	2,73	9,54	262,08	915,84	653,76
200 Prince mild	pr pakke	30,54	56,67	610,80	1133,40	522,60
2 kg kyllingfile frossen	pr kg	63,03	188,79	252,12	755,16	503,04
1 fl Hennessy XO	0,7 l	725,08	990,00	1450,16	1980,00	529,84
1 boks Gato Negro Cabernet Sauvignon (for 2 personer)	3 l	149,88	289,90	149,88	289,90	140,02
				4806,80	8516,14	3709,34
Prosent lavere i Sverige enn i Norge						44%
Minus kostnader						390,00
Hva man bruker mindre på denne handleturen i NOK						3319,34
Lavere totalt i Sverige enn i Norge etter medregning av utgifter til turen i Prosent						39%

I eksempel 1 er man mindre såkalt "prisbevisst" ved at det handles varer som har de høyeste prisene i Strømstad, og disse sammenlignes med de laveste i Oslo. Disse handler for 2452 kr og *braker 888 kroner mindre, 24 prosent* lavere i Sverige enn i Norge når vi også tar hensyn til reiseutgiftene. Selv om nesten 900 kroner er penger det også, er det likevel langt mindre enn når vi la gjennomsnittsprisen til grunn. Det er som nevnt store prisvariasjon i begge land, og det kan også "spares" penger her hjemme ved å handle de billigste produktene, forutsatt at søkekostnadene etter disse ikke blir for høye.

I eksempel 2 handles det for 2146 NOK, og denne familien bruker altså *1648 kroner mindre* ved å reise to personer til Strømstad kommune og handle kjøtt innen lovlig kvote før 2003, men uten å handle alkohol. Her er "besparelsen" *30 prosent* nå vi tar hensyn til reiseutgiftene.

I eksempel 3 handles det alkohol. De to personene handler for totalt 3746 kroner og bruker *2318 kroner mindre* enn det ville kostet i Norge, målt ut fra gjennomsnittsprisene i begge land. Det er klart dette begynner å bli betydelige beløp. Den såkalte "besparelsen" er i dette tilfellet *36 prosent*.

I eksempel 4 handles det alkohol pluss at den nye kvoten for kjøtt og ost fylles opp, det handles for 4607 kroner, og man *braker 3319 kroner mindre* enn tilsvarende ville kostet i Norge – målt ut fra gjennomsnittspriser i Oslo og Strømstad. Da begynner det å bli betydelige beløp å "spare" og utgjør *39 prosent* i dette tilfellet.

I disse eksemplene har våre handlende heller ikke handlet for maks lovlig handlebeløp, med unntak av eksempel 4, som i fjor var på 2000 kroner pr person og 3000 pr person i 2003. Det var noe vanskeligere å fylle opp denne grensen dersom man skulle holde seg lovlig innen kjøtt/oste-kvoten, tobakk/sigarettkvoten og alkoholkvoten slik den var i 2002. Vi har derfor basert oss på eksempler som er mer i tråd med de beløp de handlende faktisk synes å handle for.

Man ser av disse eksemplene at jo mer man handler for, jo mer er "besparelsen". Det er forøvrig ikke opplagt at man "sparer" disse forskjellene i pris mellom de to land, ettersom det i

denne handleaktiviteten kan finne sted kjøp man ellers aldri ville foretatt. Det å kjøpe en kostbar Cognac som i Sverige kostet 725 NOK i oktober 2002 regner vi med ikke er vanlig. Dette er et typisk luksuskjøp, men man "sparer" 265 kroner. I tillegg kan man kjøper varer som viser seg å være helt ubrukelig eller at en egentlig ikke hadde bruk for. Det er for øvrig 45 prosent som sier seg mer eller mindre enig i at de handler for mer enn det de hadde tenkt (Storstad 2003). Det er ellers en oppfatning at man "sparer" mye ved å handle i Sverige. På en 7-punkts skala svarer 41 prosent at de sparer veldig mye (ytterpunktet av skalaen) (Storstad 2003). Denne andelen reduseres til 26 prosent når de tar hensyn til reisekostnadene.

I grensehandelsundersøkelsen ble det også spurt hvor mye man mente å spare i prosent ved å handle i Sverige. Gjennomsnittlig mente de å spare 38 prosent. De som handler for store beløp mente å spare noe mer enn de som handlet for under 1000 kroner.

**Tabell 9-7: Kan du angi hvor mye det du sparer på å handle i Sverige utgjør i prosent? etter handlebeløp 2002 (grensehandelsundersøkelsen 2002, Storstad 2003)**

Handlebeløp	Gjennomsnitt prosent	N
Under 1000	35	107
1000 - 1999	39	113
2000 - 2999	37	71
3000 og mer	43	42
Total	38	333

**Tabell 9-8 Hvor mye man sparer - gruppert – (grensehandelsundersøkelsen 2002, Storstad 2003)**

	Prosent
Under 20%	2,1
20-29%	13,7
30-39%	33,3
40-49%	28,0
50% eller mer	22,9
Total	100,0
	336

Prisforskjeller på *grensehandelsvarene* var 47 prosent lavere i Sverige enn i Norge, mens prisforskjeller på alkohol var 34 prosent lavere i Norge enn i Sverige i vår prisundersøkelse i 2002. *Gjennomsnittlig prisnivå* for mat var imidlertid 27 prosent lavere i 2001 i Sverige sammenlignet med Norge, kjøtt var 35 prosent lavere og alkohol var 40 prosent lavere. Grensehandlerens oppfatning av hvor mye man "sparer" er ganske nær de reelle prisforskjellene. Det er imidlertid noe spredning som vi ser av tabellen over.

Det er imidlertid ikke samme prosentvise prisforskjell mellom de ulike varetypene. Noen har store relative prisforskjeller, mens andre har mindre. Det har derfor av betydning hvilke produkter man kjøper når man skal vurdere "besparelsen".

*Det er viktig å være oppmerksom på de kronemessige forskjellene. Et produkt til lav pris kan ha store prosentforskjeller i pris, mens kronemessige utgjør det minimalt, mens et produkt til høy pris kan prosentforskjellene være mindre, men den kronemessige forskjellen er vesentlig. Dette må samtidig sees i forhold til hvor stor del produktet utgjør av husholdningens totale matbudsjett over et visst tidsrom. Et produkt til lav pris kan man bruke mye av, eks melk i en barnefamilie, men som grensehandelsprodukt egner det seg mindre ettersom melk må kjøpes ofte, og man må i så fall reise svært ofte til Sverige for å handle oftere. Dette gir i så fall små "besparelser", dersom man da ikke bor like ved grensen.*

Forutsetningen for store "besparelser" er dessuten at handlebeløpet er av en viss størrelse. Hvis vi tenker oss det enkleste regnestykke – med "halv pris" i Sverige slik enkelte informanter i de kvalitative intervjuene har gitt uttrykk for (Follo 2003) (halv pris ikke langt fra prisforskjellene på grensehandelsvarene – 47 prosent), vil en handel til 500 NOK, som i Norge ville

kostet 1000 NOK, kun gi 100 NOK i besparelser dersom man reiste fra Oslo kun for å handle og kostnadene ble satt til ca 400 kr. Hvis vi i tillegg hadde sammenlignet laveste pris i Norge og høyeste i Strømstad, vil det ikke blitt noen "besparelse" i det hele tatt.



## 10 Metodediskusjon

Det har vært store debatter om hvor stor grensehandelen til Sverige målt i norske kroner egentlig er. Grensehandel synes svært problematisk å estimere. Dette har heller ikke vært vår hensikt i dette prosjektet. Vi vil likevel diskutere hvilke problemer man står over for når man skal anslå handleatferden i grensehandelssammenheng. Størst har diskusjonen vært omkring hvor mye man handler for.

Det har vært benyttet ulike metoder for å prøve å anslå hvor mye man handler for hver gang man har vært i Sverige. Enkelte har intervjuet ved grensepassering, selvutfylling ved grensepassering, intervju/utdeling av spørreskjema til kunder i butikker ved grensen, telefonintervju, føring av dagbøker, osv.

Ericsson (1999) har for eksempel sett på grensepasseringer, og sammenlignet intervjuing med selvutfylling.

**Tabell 10-1: Gjennomsnittlig handlebeløp i alt og summerte beløp på delposter etter metode. Kroner (Ericsson 1999) (pr bil/forbruksenhet)**

	Intervju NOK	Egenutfylling NOK	I alt NOK	Basis (N)
Oppgitt "beløp i alt"	963	1.271	1.091	226
Summerte delposter	622	1.173	942	131

Beløpene gjelder alle typer varer, men hovedvektene av innkjøpene er dagligvarer, alkohol og tobakksvarer. Tendensen er at egenutfylling gir høyere beløp enn ved intervjuing. At beløpene ved intervjuene ligger lavere enn ved egenutfylling kan skyldes bevisst underestimering ettersom bilene ble stoppet ved tollstasjon og mange varer er underlagt innførselsrestriksjoner. Det er også forskjeller ved summering av delpostene og oppgitt "beløp i alt", spesielt ved intervjuingen. Dette forklares ved at det var vanskeligere å få frem detaljerte beløp ved intervjuing enn ved for eksempel egenutfylling, og at "huske- og forstyrre-effekt" lettere var tilstede ved intervjuing enn ved selvutfylling (Ericsson 1999).

I en annen undersøkelse fra november 1999, ble handlebeløpet anslått til kr 1.062 på spørsmål om siste handletur (Opinion 1999). Dette beløpet er også varer generelt ("Omtrent hvor mye handlet du for sist gang du var i Sverige?")<sup>39</sup>. Ytterligere to undersøkelser fra Opinion, viste at handlebeløpet var kr 1.222 i juni 2000 og 1.262 i desember 2000. Disse undersøkelsene var basert på telefonintervju.

Panelstudier og dagbokføring er en annen metode for innhenting av data. Slike undersøkelser utføres blant annet av Gfk. I 2000 var for eksempel gjennomsnittlig handlebeløp på kr 762, i 2001 var det 764 og i 2002 kr 869 kr. Til sammenligning var Gallups gjennomsnittsbeløp for dagligvarer på kr 1.264 ved telefonintervju i 2003. I grenseundersøkelsen oktober 2002, som ble gjennomført som en del av dette prosjektet fikk kunder i butikker i Strømstad kommune utdelt et spørreskjema for selvutfylling (Storstad 2003). Gjennomsnittlig hadde dis-

<sup>39</sup> Undersøkelsen ble gjennomført pr telefon i perioden 25. november til 2. desember 1999. Det ble intervjuet 2006 personer over 18 år fra Østlandsområdet; Østfold, Hedmark Akershus, Oslo, Buskerud, Vestfold, Oppland, Telemark.

se handlet for – eller tenkt å handle for – 1.704 NOK. Dette inkluderer alle typer varer, selv om noen ekstreme verdier er utelatt (kjøp av bil etc). Dagligvarer er imidlertid overrepresentert siden det var i dagligvarebutikkene respondentene ble rekruttert.

Noen av disse beløpene kan innebære reelle endringer når årstallet er forskjellig. Likevel tyder svært forskjellige resultater på noenlunde samme tidspunkt at hvilken metoder man bruker, hvordan man stiller spørsmålene og hvilken varegrupper som inngår har stor betydning for resultatet.

En del forskjeller må vi gå dypere inn i for å forklare. Gfk sine data, som inneholder for eksempel flere varer, som eks alkohol og tekstiler, er likevel gjennomsnittsbeløpene betydelig mindre, sammenlignet med alle de andre undersøkelsene, og spesielt Storstad sin fra 2002.

Hvis vi for eksempel sammenligner Gfk 2002, Gallup 2003 og grenseundersøkelsen 2002 (Storstad 2003), registreres innkjøpene hos Gfk ved et panel bestående av et representativt utvalg av hushold fører dagbok, hos Gallup 2003 er beløpene registrert ved et telefonintervju, mens grensehandelsundersøkelsen fra 2002 er gjennomført ved selvutfylling. I panelstudien er det den som er hovedansvarlig for innkjøpene som registrerer innkjøpsturene, mens i et telefonintervju er det tilfeldig hvem som blir intervjuet.

Gfk har mange handletere der beløpene er ganske små. 39 prosent av handleterene er på under 500 kroner (2002), mens 46 prosent var under 500 kroner i 2001. I Gallup 2003 sin undersøkelse, der vi spurte om hvor mye de handlet for siste gang (siste seks måneder), var det 17 prosent som hadde handlet for under 500 kroner i dagligvarer, mens 14 prosent hadde handlet for under 500 kroner i grensehandelsundersøkelsen (Storstad 2003).

Dette er store forskjeller. Spørsmålet er hvorfor man får så pass store forskjeller? Forskjellige metoder forklarer selvsagt noe. Ved telefonintervju har man erindringsfeil. Enkelte ganger skal man huske en stund tilbake, for eksempel nesten 6 måneder. Da er det kanskje lettere å huske de større beløpene. Tidsperioden er også forskjellig. Hos Gfk er registreringsperioden ett år, mens i telefonintervjuet avgrenset vi perioden til ett halvt år, nettopp for at ikke det skulle bli for vanskelig å huske langt tilbake. I en panelstudie er det lettere å få med seg de mindre beløpene ettersom de noteres umiddelbart i etterkant. Hvis vi hadde spurt i løpet av det siste året (siste 12 mnd) i stedet for de siste 6 mnd, ville dette økt sannsynligheten for at vi ville fått med flere som hadde handlet i Sverige, men blant dem ville det da vært flere som hadde handlet sjelden, for eksempel bare en gang. Jo oftere man handler i Sverige, jo større er sannsynligheten for at man vil treffe på en som har handlet i Sverige i løpet av siste 6 måneder ved tilfeldig uttrekking.

**Tabell 10-2: Konfidensintervall for to undersøkelser der vi finner største forskjellen**

	Gfk 2002 Husholdsvarer	Grensehandelsundersøkelsen 2002 (Storstad 2003)
Gjennomsnittsbeløp	869 kr	1.704 kr
SE (standard error of mean)	16 kr	77 kr
N	2166 (innkjøpsturer)	382 (innkjøpsenheter)
Konfidensintervall 99,9 % øvre grense (+SE*3.29)	869+53 kr (16*3.29) = 922	1.704+253 kr (77*3.29) =1.957
Konfidensintervall 99,9 % nedre grense (-SE*3.29)	869-53 kr = 816	1,704-253 =1.451

Av resultatene over ser vi at konfidensintervallet for Gfk sine tall med en sannsynlighet på 99.9 prosent er mellom 816 og 922 kroner. Det vil si at det er 99.9 prosent sannsynlig for at dette intervallet vil inneholde den sanne populasjonsverdi. Tilsvarende intervall for grensehandelsundersøkelsen er mellom kr 1.451 og 1.957. At intervallet er mye større skyldes blant annet at konfidensintervallet påvirkes av antall observasjoner, og en stor N gir et mindre konfidensintervall. De to konfidensintervallene for hhv Gfk og Storstad overlapper imidlertid ikke hverandre og er derfor signifikant forskjellige beløp selv når vi opererer med en sannsynlighet som gir store konfidensintervaller.

**Tabell 10-3: Handlebeløp ulike undersøkelser.**

	Gfk 2002 - husholdsva- rer. Vektet	Hvor mye handlet du for? (18-60 år) . Gallup 2001-2002 Vektet	Hvor mye handlet du eller din husstand for i dagligvarer siste gang, i norske kroner (blant dem som har handlet). Gallup 2003 – 18-80 år. Vektet	Hvor mye har du hittil handlet for på denne turen og hvis du ikke er ferdig med handelen: hvor mye mer regner du med å handle for? 2002 (Storstad 2003)
Under 1000	68,5	40,8	40,4	33,8
1000-1999	24,7	40,2	33,0	33,2
2000-2999	4,6	12,7	19,4	21,5
3000 og mer	2,2	6,2	7,2	11,5
Total	100,0	100	100	100,0
	2166	4050	298	382

Uansett hvilke andre undersøkelser vi sammenligner Gfk-dataene med, ligger Gfk langt lavere i sine resultater. I resultatene fra Gallup 2001-2002 er svarkategoriene inndelt i kategorier og vi har derfor ikke gjennomsnittstall. Det er 40 prosent som har handlet for mindre enn kr 1.000 og 40 prosent for 1000 til 1.999 kroner. Denne fordelingen ligner ganske mye på Gallups resultater fra 2003, selv om den viser noe større andeler på kategoriene 2000 kr og mer.

Forskjellene ligger i de ulike metodene som benyttes. Når vi ser nærmere på tallene til Gfk, finner vi at respondentene også noterer småbeløp. Hvis de for eksempel har vært på en eller annen tur til Sverige som ikke ha vært handletur, kan de ha kjøpt med seg en brus, noe melk, kosmetikk eller lignende. Dette kan være beløp som er så små at når man får spørsmål over telefon om man har kjøpt dagligvarer i Sverige for å ta med hjem, og i så fall for hvor mye – vil man ikke tenke på den brusen, den melken eller den hudkremen man kjøpte på da man var i Sverige med et annet formål enn å handle. I Storstad (2003) sin undersøkelse var det 1,3 prosent som hadde handlet for mindre enn 200 kroner, i Gallup sin undersøkelse fra 2003 var det 2,5 prosent som hadde handlet for mindre enn 200 kroner, mens tilsvarende andel for Gfk 2002 var på 13,3 prosent av alle innkjøpsturene. Gfk har et representativt utvalg som fører dagbok over hva de kjøper når de er i utlandet og får derfor med seg de særdeles små kjøpene. I Gallups undersøkelse må en huske et halvt år tilbake, noe som kan skape erindringsfeil. De små beløpene vil neppe blir husket som dagligvarer en handlet for å ta med seg hjem. Storstad sin undersøkelse er utvalget av respondenter avgrenset til kunder i en dagligvarebutikk i Strømstad. Dermed får man et utvalg av de som er i Sverige for å handle, og blant disse vil man oftere treffe på storhandlerne, til sammenligning når man spør et representativt utvalg i befolkningen.

Dette gjør at det å anslå grensehandelens omfang ut fra ulike mer eller mindre representative undersøkelser til en problematisk oppgave. Hvis formålet var å anslå grensehandelens omfang måtte forskningsdesignet være utviklet til det formålet, noe ikke vi har data til her. Det er imidlertid metodisk interessant å være klar over hvor forskjellige resultater man får etter hvilket design man velger å ta i bruk.

**Tabell 10-4: Oversikt over ulike metoder og resultater fra enkelte undersøkelser**

Innsamlingsmetode	Personlig intervju (Ericsson 1999)	Selvutfylling (Ericsson 1999)	Opinion 1999	Gfk 2002	Gallup 2003	Grensehandelsund okt 2002 (Storstad 2003)
Enheter	Pr bil/forbruksenhet	Pr bil/forbruksenhet	Pr hushold (personer)	Pr handletur	Pr hushold	Pr hushold
Utvalg	Grensepasseringer	Grensepasseringer	Representativt utvalg av personer (Østlandsområdet)	Representativt utvalg av hushold	Representativt utvalg av hushold	Kunder i butikker i Strømstad
Typer varer	Alle typer varer	Alle typer varer	Alle typer varer	Husholdsvarer (dagligvarer, alkohol, tobakk, tekstiler)	Dagligvarer	Alle typer varer
Spørsmålsformulering	Hvor mange penger handlet du/dere for i Sverige i alt på denne turen? Oppgi kun beløpet som gjelder varer dere tar med hjem (hvor mange av bilens/bussens voksne passasjerer er med på dette beløpet?)	Hvor mange penger handlet du/dere for i Sverige i alt på denne turen? Oppgi kun beløpet som gjelder varer dere tar med hjem (hvor mange av bilens/bussens voksne passasjerer er med på dette beløpet?)	Omtrent hvor mye handlet du for sist gang du var i Sverige?		Hvor mye handlet du eller din hushold for i dagligvarer siste gang, i norske kroner (omtrent)? (Av dem som hadde handlet dagligvarer i Sverige i løpet av de siste 6 månedene)	Hvor mye har du hittil handlet for på denne turen? Hvis du ikke er ferdig med handelen: hvor mye mer regner du med å handle for?
Gjennomsnittlig handlebeløp	963,-	1.271,-	1.062,-	869,-	1.264,-	1.704
Antall			903 personer over 18 år	2166 innkjøpsturer	298 personer (18-80)	382 enheter



## Litteratur

- Bakken, Pål og Katharina Henriksen: *Prisnivå på mat, drikkevarer og tobakk: Forskjellen mellom Norge og nabolandene øker*. Statistisk sentralbyrå: Samfunnsspeilet 6/1999
- Bjørkum, Ellen: *Opprinnelsesmerking av mat. En studie a forbrukernes syn på opprinnelsesmerking*. Rapport nr 3. Statens institutt for forbruksforskning 1999
- Bruksås, Nina, Ketil Myran og Lars Svenneby: *Prisnivå på matvarer i de nordiske land, Tyskland og EU 1994-2000*. Statistisk sentralbyrå 2001/20 a)
- Bruksås, Nina, Ketil Myran og Lars H Svenneby: *Grensehandelen med Sverige og Danmark. Sammenlikning av priser på grensen og i Oslo 2001*. Statistisk sentralbyrå 2001/28 b)
- Bygvrå, Susanne: *Den dansk-tyske grænsehandel I de første år med det indre marked. Institutt for grænseregionsforskning. Aabenraa 1997*
- Bygvrå, Susanne: *The road to the Single European Market as seen through the Danish retail trade: Cross-border shopping between Denmark and Germany*. Routledge 1998. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 8:2 April 1998 (147-164)
- Di Matteo, Livio and Rosanna Di Matteo: *An Analysis of Canadian Cross-border travel. Annals of Tourism Research* Vol 23, No 1 (pp103-122) 1996
- Dulsrud, Arne og Randi Lavik: *Sammenligning av priser mellom Norge og Sverige på enkelte merkevarer*. Prosjektnotat nr 1. Statens institutt for forbruksforskning 2003-04-17
- Dulsrud, Arne: *Konsentrasjon i nordisk dagligvarehandel*. NORD Konsument. Nord 1996:19
- Ericsson, Birgitta: *Grensehandel mot Sverige: Bil- og bussbasert handel år 2000*. Stiftelsen Østfoldforskning OR 15 - 2001
- Ericsson, Birgitta: *Grensehandelskurven er ikke normalfordelt*. Arbeidsrapport AR.11.97 Stiftelsen Østfoldforskning 1997
- Ericsson, Birgitta: *Grensehandelsundersøkelser. Metoder og reliabilitet*. Oppdragsrapport 31.99. Stiftelsen Østfoldforskning 1999
- Ericsson, Birgitta: *Grensehandelsundersøkelser. Metoder og reliabilitet*. Oppdragsrapport OR 31. Stiftelsen Østfoldforskning 1999
- Follo, Gro: *Grenselinje-landet — grænsehandel mellom handel og tur*. Rapport 2/03. Norsk senter for bygdeforskning. 2003
- Handels- og Servicenæringens Hovedorganisasjon (2000), *Grensehandelen mot Sverige*. 21.9.2000

- Hellevik, Ottar: *Forskningsmetode I sosiologi og statsvitenskap*. Universitetsforlaget 1991
- HFU (Handelens forsknings- og utredningsinstitutt): "Grensehandelen" med Sverige. Prosjektrapport nr 43. Oslo 1988
- HSH-Instituttet: *Grensehandelen med Sverige 1979-1992*. Prosjektrapport nr 58 1994
- Konkurrensverket: *Dagligvaruhandeln. Struktur, ågerform og relation til leverantörer*. Konkurrentensverkets rapportserie 2002:6
- Lavik, Randi: *Prisbevissthet. En studie av handleatferd i Norge og Sverige*. Rapport nr 1. Lysaker: Statens institutt for forbruksforskning. 1990
- Lavik, Randi og Arne Dulrud: *Sammenlignende prisundersøkelse av utvalgte grensehandelsvarer*. Rapport nr 1. Lysaker: Statens institutt for forbruksforskning. 2000
- Lavik, Randi og Marit Strand: *Bekvem dagligvarehandel*. Rapport nr 3 Statens institutt for forbruksforskning 1997
- Lavik, Randi, Eivind Jacobsen og Marit Strand: *Matprisens mange betydninger. Den politiserte maten*. under publisering 2003
- Lavik, Randi: *Dagligvaretilgang i ulike regioner – utvikling 1980-2000*. Oppdragsrapport nr 5 – Statens institutt for forbruksforskning 2001
- Lavik, Randi: *Strukturelle endringer i varehandelen og endringer i forbrukeratferd og holdninger*. Arbeidsnotat nr 15. Statens institutt for forbruksforskning 1999
- Lund, Ingeborg, Björn Trolldal og Trygve Ugland: *Norsk-Svensk grensehandel med alkohol*. Sifa rapport nr 1. Statens institutt for alkohol- og narkotikaforskning 1999
- MMI 4 Fakta: *Grensehandel*. Oppdrag fra Statens Tobakkskaderåd. September 1999
- Myran, Ketil og Lasse Sandberg: *Matvarepriser i Norge, Sverige og Danmark*. Statistisk sentralbyrå. Økonomisk analyser 7/99
- Nilf-rapport: *Matens pris*. Øystein Strøm (red). Rapport 1999:4
- Opinion: *Svenskehandel – Utbredelse og omfang*. Hovedfunn. På oppdrag fra Norges Nærings- og Nytelsesmiddelbedriftenes Landsforening, Desember 1999
- Opinion: *Svenskehandel – Utbredelse og omfang*. Norges Nærings- og Nytelsesmiddelarbeiderforbund og Næringsmiddelbedriftenes Landsforening 1999
- Scherer F.M. og David Ross 1990. *Industrial Market Structure and Economic Performance* Third Edition, Houghton Mifflin Company, Boston.
- SOU 1991: *Konkurrencen i Sverige – en kartlegging av konkurrensförhollandena i 61 bransjer*. Rapport til konkurrenskommittén, SOU 1991:28
- Statistisk sentralbyrå: *Analyse av strukturelle prisnivåforskjeller mellom Norge og EF-landene*. Prosjektrapport 1989
- Storstad, Oddveig: *Grensehandel - forbrukerfest eller politisk protest?* Rapport 3/03, Norsk senter for bygdeforskning 2003
- Stortingsproposisjon nr 1. Finansdepartementet. 2003

Sørgard, Lars: *Vertikale relasjoner: finnes det enkle, konkurransepolitiske regler?* SNF Stiftelsen for samfunns- og næringlivsforskning – SNF-rapport 10/98

Thörn, Håkon: *Vad är globalisering?* *Sociologisk forskning* 4, 1999

Timothy, Dallen J. and Richard W Butler: *Cross-border Shopping. A North American Perspective.* *Annals of Tourism Research* Vol 22 Nr 1 1995 (pp 16-34)

Timothy, Dallen J: *Political boundaries and tourism: borders as tourist attractions.* *Tourism Management*, Vol 16 No 7 1995 (pp 525-532)

Tufte, Per Arne: *Brukerundersøkelse om dyresmitte.* Prosjektnotat nr 1. Statens institutt for forbruksforskning. 2002

Aarvik, Jorun: *De nye reisekvotene. Toller'n nr 1* (Toll- og avgiftsdirektoratet) 2003



## Vedlegg

### Regler for toll- og avgiftsfritak:

	Før 2003	Fra januar 2003
Har du vært ute av Norge i minst 24 timer,	kunne du ta med deg varer til en samlet verdi av NOK 5000 toll- og avgiftsfritt	kan du ta med deg varer til en samlet verdi av NOK 6000 toll- og avgiftsfritt
Har du vært ute av Norge i mindre enn 24 timer, kan du, én gang, i løpet av 24 timer, ta med varer en samlet verdi på	Inntil NOK 2000 toll- og avgiftsfritt. Du kan ikke ta med deg alkohol, og kun 40 sigaretter eller 20 sigarer/sigarillos eller 100 gram andre tobakksvarer, med mindre du kan dokumentere at varene er kjøpt avgiftsbelagt (ikke tax-free) i Danmark, Finland eller Sverige. Innenfor verdgrensen på NOK 5000/2000 kan du ta med følgende varer toll- og avgiftsfritt (NB! Se begrensningene ved fravær under 24 timer som nevnt over): Disse varene kan du ta med toll- og avgiftsfritt innenfor kvoten på nOK 5000/2000 (jfr begrensningene ved fravær under 24 timer): <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alkoholholdige drikkevarer</li> <li>- Tobakksvarer</li> <li>- Sukkervarer</li> <li>- Landbruksprodukter</li> <li>- Drivstoff</li> </ul>	Inntil NOK 3000 toll- og avgiftsfritt. Du kan ikke ta med deg alkohol, og kun 40 sigaretter eller 20 sigarer/sigarillos eller 100 gram andre tobakksvarer, med mindre du kan dokumentere at varene er kjøpt avgiftsbelaget (ikke tax-free) i et EØS-land. <p>Innenfor verdigrensen på NOK 6000/3000 kan du ta med følgende varer toll- og avgiftsfritt (NB! Se begrensningene ved fravær under 24 timer som nevnt over): Disse varene kan du ta med toll- og avavgiftsfritt innenfor kvoten på NOK 6000/3000 (jf begrensningene ved fravær under 24 timer):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alkoholholdige drikkevarer</li> <li>- Tobakksvarer</li> <li>- Kjøtt, kjøttprodukter og ost</li> <li>- Drivstoff</li> </ul>
Alkoholholdige drikkevarer Reisende som har fylt 18 år	Øl som inneholder mer enn 2,5 volumprosent alkohol - 2 liter Vin og alkoholholdige drikkevarer til og med 22 volumprosent – 2 liter	Øl som inneholder mer enn 2,5 volumprosent eller annen drikk med alkoholstyrke over 2,5 til og med 4,75 volumprosent

	Før 2003	Fra januar 2003
Alkoholholdige drikkevarer	Reisende som har fylt 20 år kan istedenfor 2 liter vin ta med: Vin og alkoholholdige drikkevarer til og med 22 volumprosent – 1 liter Brennevin med inntil 60 volumprosent alkohol – 1 liter Over 60 volumprosent er forbudt.	1 liter drikk med alkoholstyrke over 22 til og med 60 volumprosent og 1 liter drikk med alkoholstyrke over 2,5 til og med 22 volumprosent, eller 2 liter drikk med alkoholstyrke over 2,5 til og med 22 volumprosent. For å kunne ta med alkoholholdige drikkevarer med alkoholstyrke på over 22 volumprosent må den reisende være over 20 år. Over 60 volumprosent er forbudt.
Tobakksvarer Reisende som har fylt 18 år	Bosatt i (Europa) Sigaretter 200 stk Eller andre tobakksvarer 250 gram Sigarettpapir 200 blad	Bosatt i Europa Sigaretter 200 stk eller andre tobakksvarer 250 gram, sigarettpapir 200 blad
Sukkervarer Alle, også personer under 12	Sukker – inntil 5 kg Sjokolade- og sukkervarer – inntil 1 kg	Opphevet
Landbruksprodukter Reisende bosatt i Norge må være fylt 12 år for å kunne ta med seg matvarer. Spesielle regler for Nord-Norge (gjelder ikke sukker og sjokolade- og sukkervarer)	Meieriprodukter, korn, mel og fôrvarer, frukt, bær, grønnsaker, høy og planter og plantedeler til sammen - inntil 10 kg Av disse 10 kg kan medbringes kjøtt/flesk og bearbejdede kjøttvarer, herunder kjøtttermetikk, til sammen inntil 3 kg. Av disse 10 kg kan du ta inn begrensede kvantum av blomsterløk og blomseterknoller. Poter og planter til dyrking er forbudt å innføre uten spesiell tillatelse.	
Spesielle regler for Nord-Norge (Nordland, Troms og Finnmark)	Inntil 15 kg i stedet for 10 kg – se over. Den reisende trenger ikke å ha vært ute av landet i minst 24 timer for å kunne bringe varer til en samlet verdi av inntil NOK 5000. Personer under 12 år kan på disse stedene også bringe med matvarer toll- og avgiftsfritt.	Opphevet e
Drivstoff	Maksimal mengde i de normale drivstofftanker – 600 liter. Motorvogner og motorsyker til privat bruk, kan i tillegg ha med inntil 10 liter på godkjent reservekanne	Maksimal mengde i de normale drivstofftanker – 600 liter. Motorvogner og motorsyker til privat bruk, kan i tillegg ha med inntil 10 liter på godkjent reservekanne
Kjøtt, kjøttprodukter og ost		Kjøtt, kjøttprodukter og ost (fôrvarer, med unntak av katte- og hundemat, inngår også i denne kvoten) – inntil 10 kg

Kilde: [http://www.toll.no/kunde\\_info/brosjyrer/reisende/tilnorge03.html](http://www.toll.no/kunde_info/brosjyrer/reisende/tilnorge03.html)

## Handleturer til Sverige. Vektet. Gfk 2000

2000	Antall handleturer	Antall hushold i p-panelet	Antall kjøpere i Sverige	Antall handleturer pr hush	Prosentandel som har handlet i Sverige	Gj.snitt handlebeløp	Tot bef	Antall som har handlet	Handlet for tot
Østfold	804	120	96	8,4	79,9	593,15	111147	88784	441044587
Akershus	163	110	46	3,5	42,0	1003,88	195008	81913	290171262
Oslo	346	219	99	3,5	45,3	947,73	266856	120991	399829841
Hedmark	232	59	31	7,6	51,7	474,93	82710	42790	153993035
Oppland	32	61	11	2,8	18,3	572,95	79437	14567	23651460
Buskerud	104	98	37	2,8	38,0	1059,79	104325	39655	117168305
Vestfold	144	82	47	3,1	57,3	949,44	94339	54032	156723685
Telemark	11	29	6	1,8	21,3	630,30	72796	15492	17181279
Aust-Agder	11	21	6	1,8	28,8	1027,73	42633	12291	22438957
Vest-Agder	15	46	3	5,9	5,7	644,90	65059	3677	14086762
Rogaland	10	121	4	2,2	3,6	1620,32	153026	5571	19646602
Hordaland	16	117	10	1,6	8,5	746,79	183971	15646	18354118
Sogn og Fj.	5	48	6	0,8	12,4	930,01	42867	5321	3793107
Møre og Romsd	9	86	5	1,6	6,2	970,60	99671	6162	9604484
Sør-Trøndelag	60	83	15	4,1	17,6	1149,62	115766	20406	96259715
Nord-Trøndelag	22	45	11	1,9	24,9	740,64	52550	13089	18546877
Nordland	44	100	20	2,2	20,4	754,61	102229	20894	34033421
Troms	21	36	12	1,7	34,4	1341,53	65259	22444	51420862
Finmark	4	19	1	5,9	3,3	1181,01	31899	1043	7277315
Total	2050	1500	467	4,4	31,2	761,85	1961548	611253	1895225673
2001	Antall handleturer	Antall hushold i p-panelet	Antall kjøpere i Sverige	Antall handleturer pr hush	Prosentandel som har handlet i Sverige	Gj.snitt handlebeløp	Tot bef - hushold	Antall husholdsom har handlet	Handlet for tot
Østfold	527	100	78	6,8	77,7	635,23	111147	86366	370507450
Akershus	180	130	58	3,1	44,5	1020,43	195008	86820	275935503
Oslo	337	208	114	3,0	54,6	945,85	266856	145615	408369914
Hedmark	353	60	31	11,5	51,3	380,89	82710	42430	185229665
Oppland	22	55	18	1,2	32,1	944,55	79437	25478	29872255
Buskerud	114	91	37	3,1	41,0	1068,90	104325	42777	140112630
Vestfold	166	58	32	5,3	54,2	831,76	94339	51111	223661640
Telemark	13	45	6	2,0	14,2	712,54	72796	10368	15114864
Aust-Agder	8	29	13	0,7	44,0	644,48	42633	18754	7870502
Vest-Agder	24	44	10	2,5	22,0	935,97	65059	14332	33818185
Rogaland	15	121	13	1,2	10,4	564,40	153026	15867	10818639
Hordaland	11	134	7	1,5	5,2	596,36	183971	9618	8755940
Sogn og Fj.	7	48	7	0,9	15,4	861,89	42867	6581	5386796
Møre og Romsd	12	81	2	7,4	2,0	1117,19	99671	2024	16703350
Sør-Trøndelag	68	84	14	5,0	16,4	1462,47	115766	18976	137376049
Nord-Trøndelag	57	49	21	2,7	42,6	472,59	52550	22408	28933066
Nordland	43	86	25	1,7	29,2	859,11	102229	29836	43801740
Troms	31	43	17	1,8	40,5	1034,97	65259	26402	49101701
Finmark	5	32	1	9,3	1,6	473,21	31899	503	2215348
Total	1995	1500	502	4,0	33,5	763,53	1961548	656619	1993585236

Tabell 10-5 Handleturer til Sverige. Vektet. Gfk 2002

	Antall handle- turer	Antall hushold panelet	Antall kjøpere i Sverige	Antall handle- turer pr hush	Andel som har handlet i Sverige	Gj.snitt handlebe- løp	Tot bef	Antall som har handlet	Handlet for tot
Østfold	469	88	56	8,4	63,6	847,16	111147	70718	502436830
Akershus	167	127	41	4,1	32,4	818,90	195008	63144	210171028
Oslo	389	193	120	3,2	62,4	959,33	266856	166635	515979225
Hedmark	366	72	40	9,1	56,1	476,02	82710	46413	201390445
Oppland	55	62	16	3,4	25,9	890,10	79437	20586	62766048
Buskerud	190	96	39	4,9	40,3	1153,33	104325	42052	239478417
Vestfold	201	61	47	4,3	77,2	1078,39	94339	72870	334196328
Telemark	44	43	21	2,1	48,9	1270,73	72796	35586	93434710
Aust-Agder	5	30	2	2,4	6,5	1115,94	42633	2781	7359376
Vest-Agder	14	49	6	2,2	13,2	1117,54	65059	8596	21100437
Rogaland	11	122	9	1,3	7,5	1951,10	153026	11423	28129219
Hordaland	12	122	5	2,5	3,9	735,21	183971	7106	13099638
Sogn og Fj.	3	52	10	0,3	18,3	1191,06	42867	7828	3203735
Møre og Romsd	18	84	2	9,4	2,3	1133,34	99671	2319	24663725
Sør-Trøndelag	69	79	21	3,4	25,9	944,20	115766	29983	95446305
Nord-Trøndelag	58	52	26	2,3	49,4	423,08	52550	25984	24863136
Nordland	51	91	25	2,1	27,0	863,01	102229	27598	49072116
Troms	43	51	8	5,4	15,5	1111,38	65259	10112	60826636
Finmark	1	27	3	0,4	11,7	1331,87	31899	3741	2173345
Total	2166	1500	496	4,4	33,1	868,58	1961548	648783	2489790700

Befolkningen: Folke- og bolig tellingen 2001<sup>40</sup>

Møre og Romsdal er få, med ekstremverdier på en eller begge de som har handlet

<sup>40</sup> <http://www.ssb.no/emner/02/01/fobbolig/tab-2002-09-23-23.html>



**Antall ganger en handlet dagligvarer i Sverige i løpet av de siste 12 månedene. Vektet. MMI 1999/2000**

	Aldri	Sjeldnere enn en gang i året	1-3 ganger	4+		N
1,00 Østfold	6	9	18	67	100	232
2,00 Akershus	25	15	40	20	100	366
3,00 Oslo	33	18	33	17	100	457
4,00 Hedmark	23	12	34	31	100	173
5,00 Oppland	47	21	29	4	100	150
6,00 Buskerud	33	19	36	12	100	215
7,00 Vestfold	24	18	39	19	100	187
8,00 Telemark	43	22	26	9	100	149
9,00 Aust-Agder	47	26	23	4	100	90
10,00 Vest-Agder	73	15	12	1	100	117
11,00 Rogaland	71	19	9	1	100	299
12,00 Hordaland	77	10	12	1	100	368
14,00 Sogn og Fjordane	72	21	7		100	76
15,00 Møre og Romsdal	73	14	11	2	100	197
16,00 Sør-Trøndelag	50	16	29	5	100	222
17,00 Nord-Trøndelag	41	17	28	14	100	120
18,00 Nordland	47	17	28	8	100	215
19,00 Troms	45	24	28	2	100	127
20,00 Finnmark	60	20	18	2	100	50
<b>Hele landet</b>	<b>45</b>	<b>16</b>	<b>25</b>	<b>13</b>	<b>100</b>	<b>3810</b>

Sig p<.001

Kilde: MMI Norsk Monitor 1999/2000

**Antall ganger en har handlet dagligvarer i Finland i løpet av de siste 12 månedene. Vektet. MMI 1999/2000**

	1,00 aldri	2,00 sjeldnere	3,00 1-3	4,00 4+	Total	N
1,00 Østfold	96	4	1		100	196
2,00 Akershus	93	5	0	1	100	364
3,00 Oslo	91	7	1	0	100	417
4,00 Hedmark	96	3	1		100	162
5,00 Oppland	94	5	1		100	146
6,00 Buskerud	91	9	1		100	193
7,00 Vestfold	94	4	1		100	181
8,00 Telemark	93	6	1		100	141
9,00 Aust-Agder	95	5			100	78
10,00 Vest-Agder	96	4			100	119
11,00 Rogaland	92	7	0	0	100	282
12,00 Hordaland	94	6	1		100	339
14,00 Sogn og Fj	88	11	1		100	74
15,00 Møre og Romsd	93	6	1		100	187
16,00 Sør-Trøndel	90	9	1		100	198
17,00 Nord-Trøndel	95	5			100	111
18,00 Nordland	90	9	1		100	207
19,00 Troms	62	21	15	3	100	131
20,00 Finnmark	21	19	32	29	100	63
<b>Hele landet</b>	<b>90</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>3589</b>

Sig p<.001

Kilde: MMI Norsk Monitor 1999/2000