



Prosjektnotat nr. 1-2003

Arne Dulstrud og Randi Lavik

Sammenligning av priser mellom Norge og Sverige på enkelte merkevarer

SIFO

Tittel Sammenligning av priser mellom Norge og Sverige på enkelte merkevarer	Antall sider 31	Dato 14.01.2003
Forfattere Arne Dulsrud og Randi Lavik	Prosjektnummer 11-2002-10	Faglig ansvarlig sign. 
Oppdragsgiver Statens institutt for forbruksforskning		
Sammendrag Gjennomsnittlig er prisene på 24 merkevarer 21 prosent lavere i Sverige enn i Norge. De fleste merkevarene er internasjonale merkevarer. Produkter som er mer enn 25 prosent billigere i Sverige enn i Norge er enkelte sjokoladeprodukter, samt såpe, sjampo, barberskum, tannbørster og hundefôr. For fire av produktene er prisforskjellene små. De øvrige produktene er ca 20 prosent billigere. I tillegg til særavgifter og toll på enkelte produkter, tror vi at en del av prisforskjellene skyldes at den sterke kronen ikke har kommet forbrukerne til gode på importerte varer.		
Stikkord Prissammenligning Norge og Sverige, merkevarer		

Sammenligning av priser mellom Norge og Sverige på enkelte merkevarer

av

Arne Dulsrud og Randi Lavik

2003

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
postboks 4682 Nydalen, 0405 Oslo

Forord

Denne undersøkelsen er initiert fra SIFO, og inngår som innhenting av kunnskap om konkurranseforholdene i dagligvarehandelen i Norge.

Undersøkelsen er basert på 24 merkevarer hvor prisene er registrert i et utvalg butikker i Norge og Sverige. De fleste merkevarene er internasjonale kjente merkevarer. Dette er produkter som i prinsippet ikke burde ha store prisforskjeller mellom Norge og Sverige.

Statens institutt for forbruksforskning
januar 2003

Innhold

Forord	5
Innhold	7
1 Introduksjon.....	9
1.1 Utvalg og metode.....	9
1.2 Resultater og diskusjon.....	10
1.2.1 Prisforskjeller	10
1.2.2 Diskusjon	11
1.2.3 Valuta.....	11
2 Metode	15
2.1 Vareutvalg	15
2.2 Butikkutvalg.....	15
2.3 Beregningsmåter Billigere enn - eller dyrere enn.....	16
2.4 Merverdiavgift, særavgifter, tollavgifter og valuta	17
3 Dataanalysen	19
3.1 Prisforskjeller mellom Sverige og Norge.....	19
3.2 Prisforskjeller mellom Strømstad og Norge (Oslo), og Gøteborg og Norge (Oslo)	23
3.3 Prisforskjeller mellom Norge og Sverige – NOK og SEK	26
3.4 Prisforskjeller mellom Norge og Sverige – korrigert for avgifter og toll	29
Litteratur	31

1 Introduksjon

Bakgrunnen for denne rapporten er den oppmerksomheten som har vært omkring prisene på importerte merkevarer i dagligvarehandelen, som sjokolade, hygieneartikler, drikkevarer mv. Tidligere er det 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). Mediaoppslag 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 tilfelle¹. 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 denne rapporten er å gi svar på disse spørsmålene.

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.

1.1 Utvalg og metode

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 næringsssubsidier 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

¹ Mange internasjonale merkevareleverandører, som for eksempel Coca Cola, har egne produksjonsanlegg og tap- perier i ulike land. Av denne grunn er ikke Coca Cola med i undersøkelsen.

norske merkevarer som selges både i Norge og Sverige, f eks drikkevann, tannbørster og pizza.

Vi har undersøkt prisene på disse produktene i 10 butikker i Norge og 9 i Sverige. I Norge er prisene samlet inn av Konkurransetilsynet, mens SIFO selv har registrert prisene i Sverige. Utvalget av butikker er fordelt etter kjede og butikkprofil. Dvs at de sentrale dagligvaregrupperingene i Norge og Sverige er representert i vårt utvalg. Utvalget består av både supermarkeder og lavprisbutikker. I Norge er prisene registrert i butikker fra Oslo regionen, mens i Sverige er 5 av butikkene fra Strømstad/Svinesundområdet, og 4 butikker er fra Gøteborg.

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. 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.

1.2 Resultater og diskusjon

1.2.1 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 antydte². 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 hundefor. 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).

² 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.

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 Gøteborg og Strömstadorrådet 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.

1.2.2 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 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 merkevareprodusent 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.

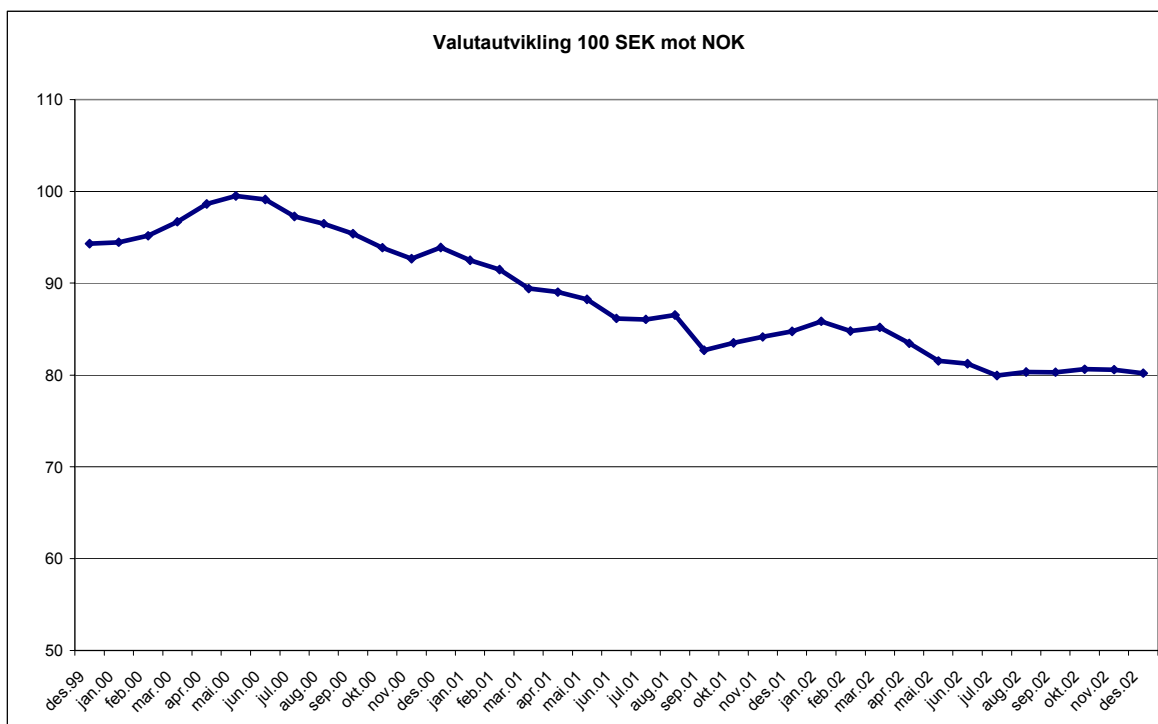
1.2.3 Valuta

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 prisammenligningene, 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 fordelten 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/

Figur 1-1: Valutautvikling av SEK i forhold til NOK. SEK=100. (Des 99-des 2002)

Figuren viser at det har vært kraftige endringer i valutautviklingen mellom Norge og Sverige over de siste tre år. Fra mai 2000 til juni 2002 sank SEK med bortimot 20 prosentpoeng i forhold til NOK. 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 valutautviklingen alene ha forklart forskjellene. 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.

2 Metode

2.1 Vareutvalg

Det er merkevarer som er utgangspunktet for prissammenligningen. Disse er inndelt i utenlandske merkevarer av mat, utenlandske merkevarer av dagligvarer "non-food", og norske merkevarer, hvor to er mat og drikke og to er "non-food". Varene vi her har sammenlignet er helt identiske i Norge og Sverige.

Vareutvalget er følgende:

Internasjonale merkevarer mat	Internasjonale merkevarer "non-food"	Norske merkevarer – to mat og drikke, to "non-food"
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
Twinnings, Earl Grey Tea, 25 poser konvolutt	Dove Cream Wash Soap m pumpe 250 ml	Jordan tannbørste, multi action, soft/medium
Twinnings, 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		

2.2 Butikkutvalg

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 Gøteborg, hvorav 1 var typisk lavprisbutikk i Gøteborg. 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.

I Norge ble prisene registrert i Oslo. Prissettingen i Norge skjer i dag i stor grad sentralt, så stort sett varierer prisene lite mellom de ulike regioner innen samme butikkjede (Lavik 2001). Der finnes noen unntak, men neppe for disse produktene i denne undersøkelsen³. 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 Strømstad og Gøteborg var det ut fra et forbrukersynspunkt, da det er disse stedene, og spesielt Strømstadorrådet som vil de steder som er relevant å sammenligne for norske forbrukere som måtte handle i Sverige.

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.

2.3 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 er 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%

³ Frukt og grønt kan variere for eksempel mellom nord og syd, samt enkelte kjøttprodukter og fjørfeprodukter (Lavik 2001)

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 merkevarer.

2.4 Merverdiavgift, særavgifter, tollavgifter og valuta

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.

I Norge er det ellers særavgifter 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 avgiften⁴. Særavgiften for sjokolade og sukker (avgift på sjokolade- og sukkervarer) i Norge var kr 14,85 pr kg i 2002.⁵ Det er også toll⁶ 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 driftshemmeligheter.

Særavgiftene 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. Prosentvise satsene 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.

⁴ Vedtak om avgift på alkoholfrie drikkevarer mv, Fastsatt av Stortinget 28. november 2001, for budsjettåret 2002. § 2 Unntak for særavgift – d) varer i pulverform.

⁵ St prp. Nr 1 (2201-2002). I 2003 er den på kr 15,18 (St.prp. nr 1 2002-2003)

⁶ www.toll.no/tariff

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 etter-som de er problematisk for oss å beregne og de vil utgjøre en liten andel av prisen.

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.

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.

3 Dataanalysen

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 si sammenlignet gjennomsnittlig prisforskjell mellom Norge (Oslo) og Strømstad, og Norge (Oslo) og Gøteborg. 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.

3.1 Prisforskjeller mellom Sverige og Norge

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

Tabell 3-1: Internasjonale merkevarer - mat, sammenligning mellom Sverige og Norge. Norge=100. NOK

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

⁷ Kursen som er brukt er NOK 81,015 for 100 SEK. Det er en gjennomsnittskurs for de siste 14 dagene i oktober 2002.

Tabell 3-2: 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	-12
	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	-31
	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	-30
	Sverige	7	18,39	22,60	20,03	
Dove Cream Wash Soap m pumpe 250 ml	Norge	10	25,00	31,50	28,75	-26
	Sverige	9	17,66	26,65	21,36	
Gillette Barberblad 3, Mach, 8 pk	Norge	10	99,00	125,00	113,57	-9
	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	-25
	Sverige	8	13,76	25,84	20,35	
Always Ultra normal pluss 14 stk	Norge	10	19,90	30,90	28,21	-21
	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	-20
	Sverige	9	19,85	25,84	22,82	
Friskies Adult Vitality kjøtt 4 kg	Norge	7	74,00	84,90	79,29	-27
	Sverige	7	50,23	64,00	57,91	
Gjennomsnitt av prosentforskjellene for Internasjonale merkevarer – non-food (9 produkter)						-22

Tabell 3-3: 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	-15
	Sverige	4	9,32	12,07	10,49	
Pizza Grandiosa 585 g	Norge	10	23,50	28,90	25,45	-7
	Sverige	5	21,47	25,52	23,61	
Jordan tannbørste, active tip medium	Norge	10	15,90	20,00	17,63	-28
	Sverige	8	11,14	14,50	12,65	
Jordan tannbørste, multi action, soft/medium	Norge	10	18,90	21,90	20,00	-17
	Sverige	9	14,79	19,36	16,69	
Gjennomsnitt av prosentforskjellene av mat og non-food (4 varer)						-17

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 merkevarene 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.

3.2 Prisforskjeller mellom Strømstad og Norge (Oslo), og Gøteborg og Norge (Oslo)

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

Tabell 3-4: Internasjonale merkevarer – mat – sammenligning mellom Strømstad og Norge (Oslo) og Gøteborg og Norge (Oslo). NOK

		N	Minimum NOK	Maximum NOK	Gj.snitt NOK	Strømstad og Gøteborg prosent billigere enn Oslo
Snickers Masters Food 85 g	Oslo	10	8,00	9,90	9,07	
	Strømstad	2	7,21	7,21	7,21	-21
	Gøteborg	3	5,63	7,25	6,59	-27
After Eight 400 g	Oslo	6	36,90	59,90	52,73	
	Strømstad	4	24,22	40,35	33,11	-37
	Gøteborg	3	32,32	40,43	36,38	-31
O'boy refill 1000 g	Oslo	4	34,00	45,50	39,33	
	Strømstad	5	21,79	29,17	27,14	-31
	Gøteborg	4	20,21	32,32	24,25	-38
Twinings, Earl Grey Tea, 25 poser konvolutt	Oslo	10	15,50	17,90	16,86	
	Strømstad	5	12,80	14,50	13,51	-20
	Gøteborg	3	11,30	13,73	12,91	-23
Twinings, Earl Grey Tea, 200 g løs te (boks)	Oslo	10	30,00	34,50	32,8	
	Strømstad	4	23,09	31,19	27,85	-15
	Gøteborg	1	25,84	25,84	25,84	-21
Lipton Yellow Label Tea 20 poser, konvolutt	Oslo	10	8,00	10,00	9,21	
	Strømstad	5	8,83	11,75	9,78	6
	Gøteborg	4	7,9	9,68	9,05	-2
Nescafé gull, fyldig aromatisk, 100 kopper, 200 g	Oslo	10	44,90	64,90	58,35	
	Strømstad	5	42,86	52,66	46,86	-20
	Gøteborg	4	42,86	52,58	45,70	-22
Nescafé gull, fyldig aromatisk, 50 kopper, 100 g	Oslo	10	37,70	44,50	39,97	
	Strømstad	4	29,65	36,38	32,08	-20
	Gøteborg	2	30,70	32,00	31,35	-22

		N	Minimum NOK	Maximum NOK	Gj.snitt NOK	Strømstad og Gøteborg prosent billigere enn Oslo
Sun-Maid Californiske rosiner, 250 g pakke	Oslo	6	9,90	11,90	10,97	
	Strømstad	2	9,32	9,32	9,32	-15
	Gøteborg	3	7,70	8,87	8,21	-25
Pasta, Buitoni Eliche 500 g	Oslo	2	9,90	13,90	11,9	
	Strømstad	2	7,70	8,02	7,86	-34
	Gøteborg	2	7,37	8,06	7,72	-35
Uncle Bens Chinese Sweet & Sour saus, 400 g glass	Oslo	9	15,00	19,00	16,92	
	Strømstad	4	12,11	16,93	14,71	-13
	Gøteborg	4	11,33	16,93	13,84	-18
Gjennomsnittlig billigere i Strømstad enn i Oslo						-20
Gjennomsnitt billigere i Gøteborg enn i Oslo						-24

Tabell 3-5: Internasjonale merkevarer – "non-food". Prisforskjeller mellom Strømstad og Norge (Oslo) og, mellom Gøteborg og Norge (Oslo). Norge=100. NOK

	TREDELT	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
	Gøteborg	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
	Gøteborg	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
	Gøteborg	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
	Gøteborg	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
	Gøteborg	2	93,17	105,24	99,2	-13

	TREDELT	N	Minimum NOK	Maximum NOK	Gj.snitt NOK	Prosent lavere i Sverige enn i Norge
Gillette, regular barberskum, 200 ml (rød og hvit sprayboks)	Oslo	10	22,90	29,90	27,3	-14 -37
	Strømstad	4	18,55	25,84	23,41	
	Gøteborg	4	13,76	20,66	17,28	
Always Ultra normal pluss 14 stk	Oslo	10	19,90	30,90	28,21	-13 -32
	Strømstad	5	22,64	25,84	24,56	
	Gøteborg	4	16,93	20,33	19,24	
Libresse invisible clip normal m vinger 3, 14 stk	Oslo	10	19,90	31,90	28,51	-14 -27
	Strømstad	5	21,79	25,84	24,39	
	Gøteborg	4	19,85	23,41	20,86	
Friskies Adult Vitality kjøtt 4 kg	Oslo	7	74,00	84,90	79,29	-23 -30
	Strømstad	3	55,90	64,00	60,90	
	Gøteborg	4	50,23	63,19	55,68	
Gjennomsnittsforskjell mel- lom Oslo og Strømstad						-18
Gjennomsnittsforskjell mel- lom Oslo og Gøteborg						-28

Tabell 3-6: Norske merkevarer – mat og "non-food". Prisforskjeller mellom Strømstad og Norge (Oslo), og mellom Gøteborg og Norge (Oslo). Norge=100. (NOK)

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

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

3.3 Prisforskjeller mellom Norge og Sverige – NOK og SEK

I denne delen har vi beregnet forskjeller i pris målt i hhv NOK og SEK. Dette er for å anskueliggjøre hvordan forskjellene ser ut før vi tar hensyn til valutaen. Vi har også beregnet prisforskjeller og korrigert for evt tollavgifter, særavgifter og eksportstøtte. Dermed får vi en oversikt over hvor mye avgiftene kan være med å forklare evt prisforskjeller.

Tabell 3-7: Internasjonale merkevarer – mat. Prisforskjeller mellom Sverige og Norge. Norge=100. NOK i Norge og SEK i Sverige

		NOK for Norge og SEK for Sverige	% lavere i Sverige enn i Norge (NOK Norge og SEK Sverige)	Prosent lavere i Sverige enn i Norge – NOK Norge og Sverige
Snickers Masters Food 85 g	Norge	9,07	-7	-25
	Sverige	8,44		
After Eight 400 g	Norge	52,73	-19	-35
	Sverige	42,60		
O' boy refill 1000 g	Norge	39,33	-19	-34
	Sverige	31,91		
Twinings, Earl Grey Tea, 25 poser konvolutt	Norge	16,86	-3	-21
	Sverige	16,40		
Twinings, Earl Grey Tea, 200 g løs te (boks)	Norge	32,80	3	-16
	Sverige	33,88		
Lipton Yellow label Tea 20 poser, konvolutt	Norge	9,21	27	3
	Sverige	11,67		
Nescafé gull, fylldig aromatisk, 100 kopper, 200 g	Norge	58,35	-2	-21
	Sverige	57,21		
Nescafé gull, fylldig aromatisk, 50 kopper, 100 g	Norge	39,97	-2	-20
	Sverige	39,30		
Sun-Maid Californiske rosiner, 250 g pakke	Norge	10,97	-3	-21
	Sverige	10,68		
Pasta, Buitoni Eliche 500 g	Norge	11,90	-19	-35
	Sverige	9,61		
Uncle Bens kinesisk sweet & sour, 400 g glass ⁸	Norge	16,92	4	-16
	Sverige	17,62		
Gjennomsnittlig prosentvis prisforskjell mellom Norge og Sverige			-4	-22

Siste kolonne er den samme som i tabell 1.

⁸ Det er tollavgift på dette produktet, men det har ikke vært mulig å få vite størrelsen på denne.

Tabell 3-8: Internasjonale merkevarer – ”non-food” – NOK i Norge og SEK i Sverige

		NOK Norge, og SEK Sverige	Prosent lavere i Sverige enn Norge NOK og SEK Sverige	Prosent lavere i Sverige enn Norge – NOK
Colgate total 75 ml	Norge	17,71	+10	-12
	Sverige	19,33		
LOreal shampoo, Nutri - ceramide for tørt skadet hår, 250 ml	Norge	32,47	-15	-31
	Sverige	27,57		
Wella shampoo for normalt hår with natural fruitwaxes, 250 m	Norge	28,57	-13	-30
	Sverige	24,73		
Dove Cream Wash Soap m pumpe 250 ml	Norge	28,75	-8	-26
	Sverige	26,36		
Gillette Barberblad 3, Mach, 8 pk	Norge	113,57	12	-9
	Sverige	127,07		
Gillette, regular barberskum, 200 ml (rød og hvit sprayboks)	Norge	27,30	-8	-25
	Sverige	25,12		
Always Ultra normal pluss 14 stk	Norge	28,21	-3	-21
	Sverige	27,39		
Libresse invisible clip normal m vinger 3, 14 stk	Norge	28,51	-1	-20
	Sverige	28,17		
Friskies Adult Vitality kjøtt 4 kg	Norge	79,29	-10	-27
	Sverige	71,49		
Gjennomsnittlig prosentvis forskjell mellom Norge og Sverige			-4	-22

Siste kolonne er den samme som i tabell 2.

Tabell 3-9: Norske merkevarer, to matprodukter, to "non-food". NOK

		NOK i Norge/ SEK i Sverige	Prosent lavere i Sverige enn i Nor- ge. NOK i Norge, SEK i Sverige	Prosent lavere i Sverige enn i Norge. NOK
Imsdal Kildevann (Norge), 1,5 liter	Norge	12,29	5	-15
	Sverige	12,95		
Pizza Grandiosa 585 g	Norge	25,45	13	-7
	Sverige	29,14		
Jordan tannbørste, active tip medium	Norge	17,63	-13	-28
	Sverige	15,61		
Jordan tannbørste, multi action, soft/medium	Norge	20,00	3	-17
	Sverige	20,61		
Gjennomsnittlig lavere i Sverige enn i Norge			+2	-17

Siste kolonne er den samme som i tabell 3.

Når vi beregner prisforskjeller i hhv NOK og SEK ser vi at for mange produkter er det nesten ingen forskjeller. Det betyr at prisforskjellen er tilnærmet lik valutaforskjellen, som er på ca 19 prosent (den norske kronen er ca 19 prosent "billigere" enn den svenske). 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 merkevarene er.

3.4 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 3-10: Prisforskjeller mellom Sverige og Norge korrigert for toll og avgifter

		Forskjell utsalgspris NOK	Prosent lavere i Sverige enn i Nor- ge ut- salgspris	Korrigert for mva 12%	Avgifter 2002	Pris uten avgifter NOK	Prosent lavere i Sverige enn i Nor- ge korri- gert for avg
Snickers 85 g (tollsats ukjent)	Norge	9,07		8,10	1,26	6,84	
	Sverige	6,84	-25	6,11		6,11	-11
After Eight 400 g (tollsats ukjent)	Norge	52,73		47,09	5,94	41,15	
	Sverige	34,51	-35	30,82		30,82	-25
Pasta Buitini Eliche 500 g	Norge	11,90		10,63	0,77	9,86	
	Sverige	7,79	-35	6,96		6,96	-29
Uncle Bens Chinese Sweet & Sour 400 g	Norge	16,92			kjenner ikke toll- sats		
	Sverige	14,28	-16				
Pizza Grandiosa 585 g	Norge	25,45		22,73		22,73	
	Sverige	23,61	-7	21,08	2,80 ⁹	23,88	5

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.

⁹ Her er tollene til Sverige trukket fra (kr 1,81), mens eksportstøtten er lagt til (kr 4,61)

Litteratur

Konkurrenserket: *Dagligvaruhandeln. Struktur, ägerform og relation til leverantörer.* Konkurrenserkets rapportserie 2002:6

Lavik, Randi: *Dagligvaretilgang i ulike regioner – utvikling 1980-2000.* Oppdragsrapport nr 5 – Statens institutt for forbruksforskning 2001

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