

Greinargerð um verðþróun á matvælum og veitingum í tengslum við aðgerðir ríkisstjórnarinnar

Þann 1. mars 2007 komu til framkvæmda aðgerðir þáverandi ríkisstjórnar um verðlækkun á matvælum og ýmsum öðrum þjónustuliðum. Í þessari grein er fjallað um þann hluta aðgerðanna sem snúa að matvörum og veitingum. Farið er yfir skýrslur og mælingar, efnahagsaðstæður fyrir og eftir aðgerðirnar og dregnar saman niðurstöður um áhrif breytinganna á verðlag.

1. Inngangur

Í byrjun október 2006 kynnti ríkisstjórnin aðgerðir til lækkunar á matvælaverði og ýmsum öðrum þjónustuliðum. Aðgerðirnar fólu í sér að lækka og samræma virðisaukaskatt, afnema vörugjald á tilteknum vöruflokkum og lækka tolla á kjötvörum. Gert var ráð matvælaverð matvælaverð gæti lækkað um allt að 14-16% og vísitala neysluverðs um 2,3%.¹ Auk þess myndi lækkun virðisaukaskatts á öðrum vörum og þjónustu, s.s. hótलगistingu og veitingum, leiða til um 0,4% lækkunar þannig að heildaráhrifin voru metin til 2,7% lækkunar neysluverðvísitölu á árinu 2007.² Með aðgerðunum átti matvælaverð á Íslandi að leiða til sambærilegs meðalverðs á matvælum á hinum Norðurlöndunum og auka kaupmátt þjóðarinnar. Viðskiptaráðuneytið gerði af þessu tilefni þjónustusamning við Neytendastofu og Alþýðusamband Íslands til þess að hafa eftirlit með því hvort verð lækkaði til samræmis við aðgerðir ríkisstjórnarinnar. Enn fremur ákváðu Neytendasamtökin að birta niðurstöður á heimasíðu sinni um áhrif verðlækkana hjá birgjum og í söluturnum. Þá hóf Hagstofa Íslands þann 1. mars 2007, að mæla fastskattavísitölu samhliða vísitölu neysluverðs sem sýnir áhrif skattabreytinga á verðlag.

Fljótlega eftir 1. mars 2007 birtust verðmælingar og verðkannanir um áhrif lækkunarinnar í matvöruverslunum og á veitinga- og gistihúsum. Kannanirnar gáfu til kynna að aðgerðir ríkisstjórnarinnar væru ekki að skila sér til neytenda. Mælingar sýndu að aðeins hluti lækkunarinnar hefði skilaði sér til neytenda og hluti hennar gengið til baka. Þá bentu niðurstöðurnar til þess að litlar sem engar verðbreytingar hefðu átt sér stað hjá Veitingahúsum. Í fjölmiðlum deildu menn um áhrif lækkunarinnar. Margir töldu að matvælaverð hefði átt að lækka meira með hliðsjón af því að gengi krónunnar var sterkt á tímabilinu. Aðrir töldu að innfluttar vörur næmu aðeins 30-40% af matarkörfu heimilanna á Íslandi og því hafi gengi krónunnar haft lítil áhrif á heildarverðlag matvöruverslana. Einnig kom fram að hrávörur á heimsmarkaði hefðu hækkað

á tímabilinu og hafi það leitt til hækkunar innflutningsvara hjá birgjum og smásölum. Að sama

skapi hafi launakostnaður hækkað. Þá nefndu sumir að þrátt fyrir lækkun tolla á kjötvörum væri tollaverndin á búvörum enn svo há að það kæmi í veg fyrir að verðlækkun skilaði sér í vasa neytenda.³

2. Aðgerðir ríkisstjórnarinnar⁴

Aðgerðir ríkisstjórnarinnar skiptust upp í sjö liði og tóku til eftirfarandi þátta:

1. Lækkun virðisaukaskatts á matvælum í lægra skattþrepi úr 14% í 7%.
2. Lækkun virðisaukaskatts af öðrum matvælum úr 24,5% í 7%.
3. Lækkun virðisaukaskatts af annarri þjónustu og vörum (bækur, tímarit, blöð, húshitun og hótलगisting) úr 14% í 7%.
4. Lækkun virðisaukaskatts af veitingaþjónustu úr 24,5% í 7%.
5. Niðurfelling vörugjalda af innlendum og innfluttum matvælum, öðrum en sykri og sætindum. Vörugjöld eru felld niður af gosdrykkjum með og án sykurs.
6. Lækkun almennra tolla á innfluttum kjötvörum úr 2. kafla tollskrár um allt að 40%.
7. Óbreytt heildsöluverði mjólkurvara í 12 mánuði, hið sama og ákveðið var af verðlagsnefnd búvöru þann 1. janúar 2006 samkvæmt ákvörðun Samtaka afurðarstöðva í mjólkuriðnaði, sem þýðir raunlækkun verðs á þessum tíma.

Fyrir aðgerðirnar báru flestar matvörur 14% virðisaukaskatt en sykur, sætindi og margar drykkjarvörur 24,5% skatt. Þær vörur sem báru 24,5% virðisaukaskatt áttu því að lækka hlutfallslega meira. Eins og kemur fram í aðgerðum ríkisstjórnarinnar var ákveðið að fella niður vörugjöld af öllum matvörum nema sykri og sætindum en vörugjöld voru felld niður af gosdrykkjum með sykri. Virðisaukaskattur á veitingahúsum og matsölustöðum skiptist upp í tvö þrep. Annars vegar 24,5%

¹ <http://www.forsaetisraduneyti.is/frettir/nr/2464>

² <http://www.forsaetisraduneyti.is/frettir/nr/2464>

³ Úttektin byggir á tölfræðigögnum frá Hagstofu Íslands, Seðlabanka Íslands og Evrópsku hagstofunni. Enn fremur á skýrslum og umfjöllunum hagsmunasamtaka og verslanna sem birtust í fjölmiðlum fyrir og eftir aðgerðir ríkisstjórnarinnar

⁴ <http://www.forsaetisraduneyti.is/frettir/nr/2395>

virðisaukaskatt af söluverði vegna þjónustu og hins vegar 14% virðisaukaskatt á allan mat. Með lækkun virðisaukaskatts fyrir báða þessa flokka niður í 7% átti verð á veitingahúsum með hærri þjónustustig eðlilega að lækka hlutfallslega meira.

Mikilvægt er að hafa í huga að álagning á vöru og þjónustu er að verulegu leyti frjáls og eigendur verslana og þjónustu geta því, óháð aðgerðum ríkisstjórnar, hækkað eða lækkað verð eftir því hvernig þeir meta aðstæður á markaði hverju sinni⁵, þ.e. hversu mikil samkeppni er á vörumarkaði og hversu mikil eftirspurn er eftir tilteknum vörum. Hins vegar var álit manna að ef almenningur veitti kaupmönnum aðhald ættu aðgerðir ríkisstjórnarinnar með lækkun virðisaukaskatts, afnáms vörugjalda og lækunar tolla á kjötvörum að leiða til lægra verðlags í landinu.

3. Áhrif aðgerðanna

Í kjölfar yfirlýsingar ríkisstjórnarinnar spratt upp mikil umræða í fjölmiðlum um áhrif aðgerðanna og hversu mikið lækkunin myndi í raun skila sér í vasa neytenda þegar hún kæmi til framkvæmda. Ljóst var að talsverð óvissa ríkti um það. Fyrsta mat ASÍ sem birtist á heimasíðu sambandsins í októbermánuði 2006 var að tollalækkunin mundi leiða til a.m.k. 2-3% lækkunar á matvælaverði, niðurfelling vörugjalda um sömu prósentustig og breytingar á virðisaukaskatti til 8-9% lækkunar. Samtals áætlaði ASÍ að aðgerðirnar mundu skila sér í 12-15% lækkun á matvælaverði og færa vísitölu matvælaverðs úr 148 stigum í 125-130 stig, eða á sambærilegt stig og í Danmörku. Samtök verslunar og þjónustu töldu að heildaráhrif breytinga matarverðs mundu ekki leiða nema til 9-10% lækkunar. Virðisaukaskattlækkunin mundi koma fram strax þegar ákvörðunin tæki gildi en lækkun vörugjalds tæki a.m.k. 6-8 vikur en óljóst væri hvort tollalækkun mundi hafa áhrif á vöruverð. Samkvæmt mælingum Hagstofunnar gæti verð á mat og drykkjarvörum lækkað um 7,4% vegna lækkunar á virðisaukaskatti og 1,3% vegna lækkunar vörugjalda. Heildaráhrifin yrðu um 8,7% og vísitala neysluverðs mundi lækka um 1,9%.

Hagar, stærsta verslunarfyrirtækið í landinu, áætlaði að matvörur í dagvöruverslunum mundu lækka um 9,45%. Hins vegar taldi fyrirtækið að 40% lækkun tolla á innfluttum kjötvörum úr 2. kafla tollskrár kæmi ekki til með að leiða til lækkunar á matvælaverði. Hagar rökstuddu mál-flutning sinn á þann veg að þrátt fyrir að allir tollar á hráu kjöti í 2. kafla tollskrár lækkuðu um 40% þá væru tollar í

þessum flokki svo háir að innflutningur mundi ekki leiða til lægra verðs.

Hagstofan áætlaði að breytingar á verðlagi hótél- og veitingastaða gætu orðið um 8,6% og vísitala neysluverð gæti lækkað um 0,7%. Samtök ferðaþjónustu miðuðu við að lækkunin mundi verða á bilinu 7-10% og í viðmiðunum sem birtar voru á vef ASÍ um miðjan febrúar, kom fram að skyndibitar ættu að lækka í verði um 6% en verð á veitingahúsum með hærri þjónustustig um allt að 10%.

Samantekt

Spá flestra var að samræming og lækkun virðisaukaskatts gæti lækkað matvöruverð um 7,5-8% í marsmánuði 2007 þegar ákvarðanir ríkisstjórnarinnar tæku gildi og um 9-9,5% þegar niðurfelling vörugjalda hefði skilað sér að fullu út í samfélagið í apríl/maí sama ár. Verð á veitingahúsum gæti lækkað að meðaltali um 8% (2% frávik) eftir þjónustustigi veitingahúsa. Heildaráhrif aðgerðarinnar gætu síðan lækkað vísitölu neysluverðs um 1,9-2,5%.

4. Verðkannanir á matvælaverði

ASÍ fylgdi eftir verðþróun í matvöruverslunum samkvæmt samningi við viðskiptaráðuneytið. Eftirlitið fór fram í um 90 matvöruverslunum á öllu landinu í vikutíma í senn í desember 2006 og í janúar, febrúar, mars og maí 2007. Reiknuð var út vegin breyting á verði vörukörfu í hverri verslun/verslunarkerðju. Helstu niðurstöður verðmælinga ASÍ á tímabilinu voru eftirfarandi:

Verðlag hækkaði almennt í matvöruverslunum á bilinu 0,2-4,3% á tímabilinu frá desember 2006 og fram í febrúar 2007.

Milli verðmælinga í febrúar og mars þegar virðisaukaskattur og vörugjald voru lækkuð, lækkaði verð í matvöruverslunum á bilinu 5,9% - 11%.

Af einstökum vöruflokkum þá lækkuðu gosdrykkir, safar og kolsýrt vatn mest í öllum verslunum. Þá lækkaði verð á sykri, sætindum og súkkulaði auk vöruflokksins kaffi, te og kakó næstmest. Milli verðmælinga í mars og maí hækkaði verð almennt í matvöruverslunum. Hækkunin var mismikil eftir verslunum, mest í stóru lágvöruverðsverslunum en minni í öðrum verslunum.

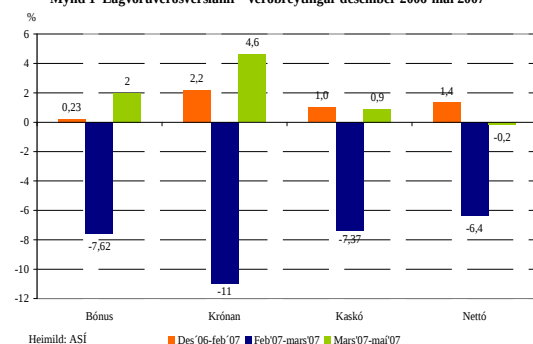
Á myndum 1 og 2 má sjá nánar verðbreytingar á tímabilinu desember 2006 til febrúar 2007, febrúar til mars 2007 og mars til maí 2007 í lágvöruverðsverslunum og verslunar-keðjum. Verð hækkaði í öllum verslunum á fyrsta tímabilinu, desember 2006 til febrúar 2007, lækkaði á öðru

⁵ <http://www.forsaetisraduneyti.is/frettir/nr/2464>

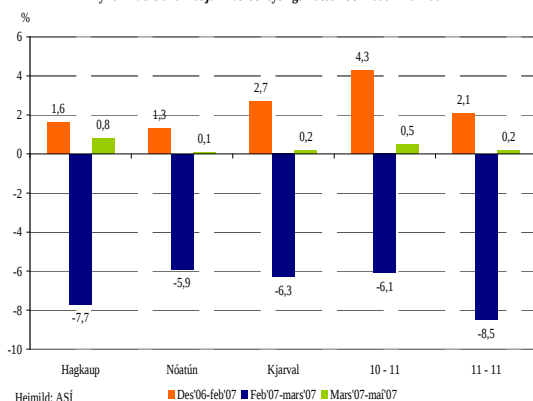
tímabilinu og hækkaði svo aftur á síðasta tímabilinu. Verð í lágvöru-verðsverslunum lækkaði mest af öllum matvöruverslunum eða um 4,2% til 6,7%. Heildarverðbreyting í matvöruverslunum á tímabilinu frá desember 2006 og fram í maí 2007 var á bilinu 1,6%-6,7% en hjá flestum aðilum var lækkunin á bilinu 4,5%-6,5%.

Niðurstaða ASÍ var sú að aðgerðir ríkisstjórnarinnar um lækkun matvæla-verðs hafi ekki skilað sér í verðlagi til neytenda. Lækkunin hefði að meðaltali verið um 6% á fyrstu mánuðinum en síðan gengið að hluta til baka.

Mynd 1 Lágvöruverðsverslanir - verðbreytingar desember 2006-maí 2007



Mynd 2 Verslunarkæðjur - verðbreytingar desember 2006 - maí 2007



Hagstofan birtir mánaðarlega á heimasíðu sinni upplýsingar m.a. um vísitölu neysluverðs, eðli og uppruna vísitölunnar, hlutfallslega skiptingu hennar og breytingar milli mánaða. Þá hóf hún reikning á fastskattavísitölu þann 1. mars 2007 sem sýnir breytingar á verðlagi einstakra liða heimilisútgjalda þegar búið er að undanskilja bein áhrif af skattbreytingu og er þá gert ráð fyrir að breytingin komi strax að fullu fram í verðlagi.⁶ Mælingar Hagstofunnar sýndu að frá febrúar til mars 2007 lækkaði verð á mat- og drykkjarvörum um tæplega

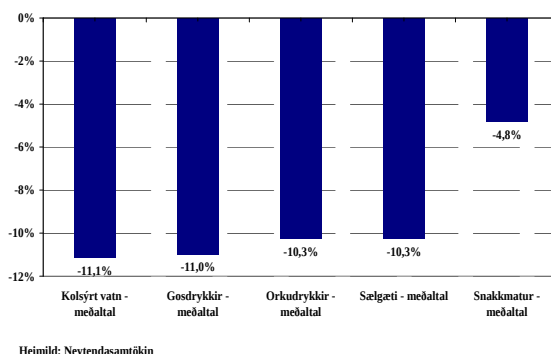
7,5% og frá febrúar til maí um 7%. Afnáam vörugjalda var því ekki að koma fram heldur þvert á móti fór verð hækkanði. Hefði ekki komið til skattabreytinga hefði þessir vöruflokkar sýnt sem dæmi 0,5% hækkun frá febrúar til maí.

Verðkönnun Neytendasamtakanna

Neytendasamtökin tóku að sér að fylgja eftir verðþróun hjá birgjum og söluturnum. Á heimasíðu samtakanna eru birtar niðurstöður úr verðmælingunum. Þar kemur fram að 43 (helstu) birgjar á matvælamarkaðnum hækkuðu verð á innfluttum matvælum og sætindum að meðaltali um 4,5% í lok árs 2006 og í byrjun árs 2007⁷. Skýringar birgjanna á hækkununum voru annars vegar hækkandi hráefnisverð og í sumum tilfellum óhagstæð gengisþróun krónunnar, en innanlands hefðu hins vegar launahækkunar haft áhrif. Nokkrir af þessum birgjum lækkuðu síðan verð í lok febrúar og byrjun mars. Meginástæða var þá sú samkvæmt úttekt Neytendasamtakanna að krónan hefði styrkst.

Athugun samtakanna á verði í söluturnum leiddi í ljós að gosdrykkir hefðu lækkað að meðaltali um 11% milli mars og apríl mánaðar en úttektin tekur eingöngu til tímabilsins febrúar til apríl. Á mynd 3 má sjá nánar meðaltalslækkun á gosi og sætindum.

Mynd 3 Verðbreyting í söluturnum febrúar - mars 2007



Samantekt á matvælakönnunum

Að meðaltali lækkuðu mat- og drykkjarvörur á tímabilinu febrúar til mars 2007 um 7-8% samkvæmt mælingum ASÍ og Hagstofunnar. Niðurstöðurnar gáfu því til kynna að áhrif lækkunarinnar hefðu skilað sér fyrsta mánuðinn, þ.e. út frá spá Hagstofunnar en síðan gengið að hluta til baka eða að meðaltali um 1,5-2% tveimur mánuðum síðar.

Veitinga- og gistihús

Neytendastofan fylgdi eftir verðþróun á veitingahúsum og gististöðum samkvæmt samningi

⁶ Verðlag og neysla, apríl 2006-2007. Hagtíðindi Hagstofu Íslands.

⁷ Krydd og pasta hækkaði mest um 10% hjá einum heildsala

við viðskiptaráðuneytið. Ekki var gerð athugun á gistingu vegna þess að verð á gistihúsaþjónustu er yfirleitt ákveðið með löngum fyrirvara og kynnt erlendum ferðaheildsölum snemma að hausti ár hvert.

Í febrúar 2007 opnaði Neytendastofan rafræna vefgátt á heimasíðu sinni fyrir neytendur þar sem þeim gafst tækifæri á því að koma að nafnlausum ábendingum vegna skatta-lækkunarinnar. Auglýsingar voru birtar í dagblöðum þar sem neytendur voru hvattir til þess að „standa vaktina saman“ og fylgjast með og láta vita hvort lækkun virðisaukaskatts skilaði sér ekki. Auk þess aflaði hún sér gagna gegnum heimasíðu veitingahúsa hjá 84 eigendum um land allt fyrir skattbreytinguna og eftir hana. Samkvæmt niðurstöðum Neytendastofu hafði verð á veitinga- og kaffihúsum ekki lækkað í 54% tilvika. Einnig taldi Neytendastofan að um 70% mötuneyta, sem fengu fyrirspurnir sendar til sín, hefðu ekki lækkað verð. Athugun Neytendastofu er hins vegar takmörkum háð þar sem verðlagning á veitingahúsum var ekki skoðuð út frá handahófskenndu úrtaki og á vettvangi heldur miðuð við verðlista veitingahúsa sem voru aðgengilegir á netinu og fyrirspurnum til hlutaðeigenda.

Samkvæmt útreikningi Hagstofunnar í byrjun árs 2007 hefði lækkun virðisaukaskatts úr 24,5% í 7% á veitingum, þ.e. mat og óafengum drykkjum, átt að skila um 8,8% lækkun til neytenda. Í mars 2007 eftir að lækkun virðisaukaskattsins hafði komið til framkvæmda höfðu veitingar lækkað um 3,2% sem lækkaði vísitölu neysluverðs um 0,15%. Skyndibitastaðir og verslanir höfðu hins vegar náð markmiðinu að mestu leyti, en lækkun á tilbúnum mat á þessum tíma mældist 5,7%.

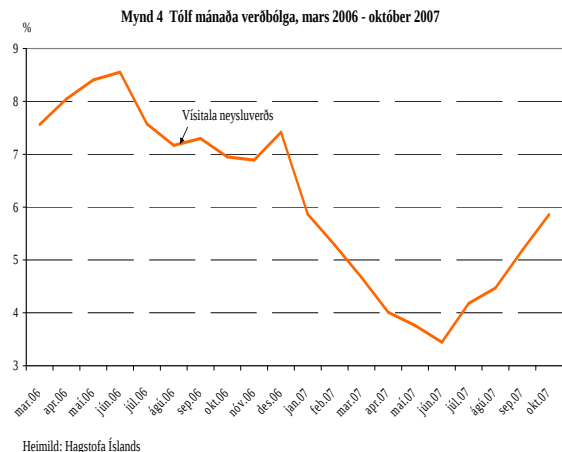
5. Greining

Í þessum hluta verður gerð grein fyrir verðþróun á tímabilinu frá mars 2006 til október 2007 og hugsanlega undirliggjandi þætti í hagkerfinu á verðlagi matvöru og veitinga.

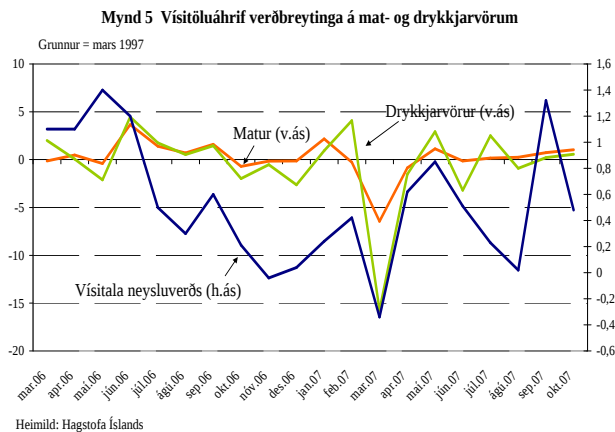
Þegar aðgerðir ríkisstjórnarinnar tóku gildi ríkti nokkur óstöðugleiki í efnahagslífinu. Það fyrsta sem má nefna er að verðbólgan var talsverð, aðallega vegna hækkunar húsnæðisverðs, eldsneytisverðs og þjónustu en mat- og drykkjarvörur höfðu þar líka áhrif. Í annan stað var gengi krónunnar að styrkjast en ferlið var mjög hægfare sem getur brenglað verðlagningu á innfluttum mat- og drykkjarvörum, þ.e. ef samkeppnin er ekki nógu virk. Enn fremur fór hráefnisverð að hækka á heimsmarkaði, sérstaklega um vorið og út tímabilið. Þá var talsvert launaskrið í samfélaginu í upphafi árs 2007.

Verðbólguþróun

Á mynd 4 er lýst tólf mánaða breytingu vísitölu neysluverðs á tímabilinu mars 2006 til október 2007 en vísitalan gefur góða mynd af því hvernig verðbólgan þróaðist á tímabilinu.



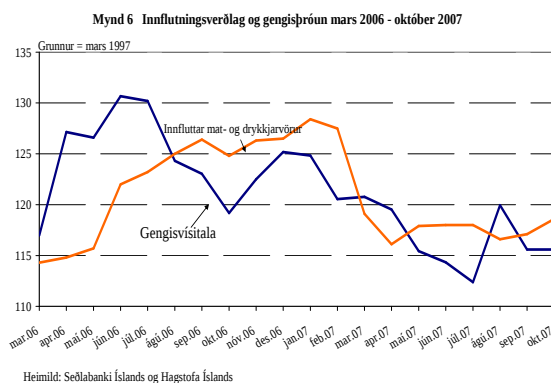
Í desember 2006 hækkaði vísitalan í 7,4% á tólf mánaða mælingu (vísitöluáhrif -0,23%) eftir niðursveiflu frá því í maí 2006. Helstu ástæðurnar fyrir hækkun vísitölunnar er verðhækkun á húsnæði, þjónustu og bílum, en 2% (vísitöluáhrif 0,3%) eru rakin til verðhækkunar á mat- og drykkjarvörum. Í mars lækkaði síðan vísitalan um 0,34% frá fyrri mánuði vegna lækkunar virðisaukaskatts á matvæli og fleiri vörum og þjónustu. Í apríl hélt vísitalan áfram að lækka og tólf mánaða verðbólga lækkaði í 5,3%. Án beinna áhrifa lækkunar virðisaukaskatts hefði verðbólgan mælst 7,2% sem þýðir að undirliggjandi verðbólga var meiri vegna áhrifa frá ofangreindum ástæðum. Í maí og júní dró áfram úr tólf mánaða mældri verðbólgu en vísitalan hækkaði frá fyrri mánuðum m.a. vegna hækkunar á mat- og drykkjarvörum. Þessi hjöðnun á verðbólgunni skýrist m.a. af áhrifum skattalækkanna því samkvæmt fastskatta-vísitölunni hefði verðbólgan mælst 5,8% í stað 4% ef ekki hefði komið til þessara verðbreytinga. Það þýðir að þegar liðnir voru rúmir tveir mánuðir frá því að aðgerðirnar tóku gildi höfðu mat- og drykkjarvörur lækkað um 2% á tólf mánaða mælingu. Vísitalan lækkaði hins vegar aftur og fram í ágúst. Ein af helstu ástæðum lækkunarinnar átti rætur sínar í árstíðabundnum útsölum s.s. á fatnaði og sumartækjum. Mat- og drykkjarvörur höfðu lítil áhrif á þessa lækkun. Á mynd 5 má sjá betur hvernig mat- og drykkjarvörur höfðu áhrif á vísitölu neysluverðs, þ.e. breytingar á milli mánaða á tímabilinu.



Verð á mat- og drykkjarvörum sveiflaðist talsvert á tímabilinu. Á fyrri hluta tímabilsins lækkaði verðið en hækkaði síðan frá desember 2006 og fram í febrúar 2007. Frá febrúar til apríl lækkaði verð á mat um 7% (vísitöluáhrif -0,78%) en á sama tíma lækkuðu drykkjarvörur mun meira eða um 16%. Frá maí til október hækkaði almennt matarverð um alls 3% en sú hækkun átti sér aðallega stað í maí og um haustið. Verð á drykkjarvörum hækkaði á sama tímabili um 2,5% en sveiflurnar voru meiri út tímabilið.

Gengisþróun

Á mynd 6 sést að gengi krónunnar fór að styrkjast í júlí 2006 og allt fram í október á sama ári. Þá veiktist krónan um tíma en tók sig aftur upp í janúar 2007.



Innflutningur á mat- og drykkjarvörum þróaðist í ágætum takti við gengisvísitöluna á tímabilinu þótt vörurnar hafi ekki fylgt henni fyllilega eftir. Að öllu jöfnu koma áhrif gengisbreytinga hratt inn í verð á innfluttum matvörum því veltuhraðinn er tiltölulega mikill á matvörumarkaðnum. Helstu ástæður fyrir tímátöfum er þegar fyrirtæki liggja með miklar birgðir sem eru keyptar inn áður en breytingar verða á genginu. Hins vegar ef kaupmenn telja ólíklegt að gengishækkunin sé varanleg, hafa þeir gjarnan verið

tregir til þess að lækka verð einkum ef innlend eftirspurn er sterk, þ.e. samkeppnisumhverfi sem viðkomandi fyrirtæki býr við hefur áhrif á það hvort hvati sé til þess að velta gengisbreytingum beint út í verðlagið eða ekki.

Verðlagsþróun

Hlutfall matarútgjalda hefur minnkað í samanburði við aðra útgjaldaliði (12,5%) sem skýrist ekki einhliða af því að verðlag á matvælum sé að lækka eins og margir hafa látið í veðri vaka í fjölmiðlum, heldur öðru fremur af því að aðrir útgjaldaliðir hafa hækkað, þ.e. eyðsla almennings á mörgum vígstöðvum sem þrýstir á verðbólgu.⁸ Þegar vægi gengis krónunnar á mat- og drykkjarvörum er metið kemur í ljós að hlutfall innfluttra vara í matarkörfu dæmigerðs neytanda er mun lægra en hlutfall innlendra vara. Samkvæmt tölum frá Hagstofunni þekja innfluttar mat- og drykkjarvörur um ¼ hluta af matarkörfu landsmanna.

Meirihluti matvara sem fluttur er hingað til landsins eru sem dæmi hveiti, korn, gosdrykkir, sætindi, ávextir, sykurl, grænmeti (árstíðabundið), hveiti, pasta og hrísgrjón. Vörur sem eru framleiddar hér á landi eru kjöt, fiskur, brauð, mjólk, ostur og egg en í langflestum tilvikum vega þessar vörur meira en innfluttar vörur í matarkörfu landsmanna. Tafla 1 sýnir hlutfallslega skiptingu helstu tegunda innlendra og erlendra matvæla í vísitölunni.

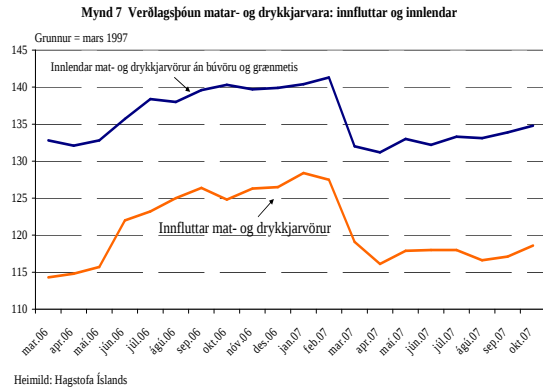
Tafla 1 Hlutfallsleg skipting eftir tegund matvara

Matur og drykkjarvörur (meðaltal)	12,75%
Brauð	7,0%
Pasta	0,3%
Hveiti og mjöl	0,7%
Hrísgrjón	0,3%
Kjöt	22,0%
Fiskur	5,0%
Mjólk, ostur og egg	17,0%
Ávextir	5,0%
Grænmeti	8,0%
Kaffi, te og kakó	3,0%
Gosdrykkir, safar og vatn	4,0%
Sætindi	10,0%
Aðrar vörur	18,0%

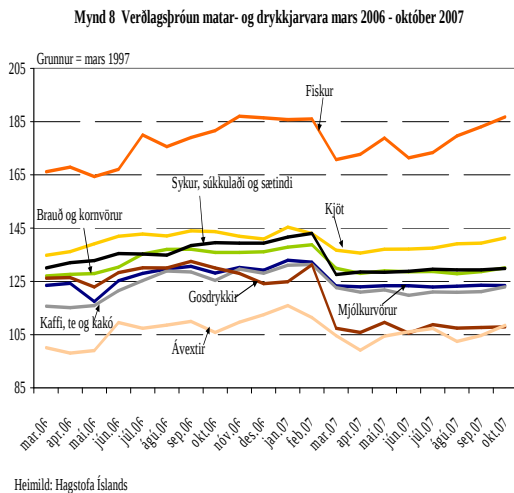
Heimild: Hagstofa Íslands

⁸ Á heimasíðu Hagstofu Íslands má finna upplýsingar um hlutfallslega skiptingu vísitölu neysluverðs. Þar kemur m.a. fram að húsnæði, leiga og rafmagn, flutningur og ferðir hafa hækkað mun hraðar. Rétt er þó að aðrir liðir hafa líka lækkað á móti en áhrif af þeim hefur verið hlutfallslega minni en áhrifin af framangreindum liðum.

Mynd 7 sýnir að bæði innfluttar og innlendar vörur lækkuðu um tæplega 7% við skattabreytingarnar frá fyrri mánuði og lækkuðu svo aftur í apríl vegna niðurfellingu vörugjalda. Innfluttar vörur um 2% og innlendar um hálft prósent. Í maí hækkuðu hins vegar bæði innlendar og innfluttar vörur um rúmlega 1%.



Innlendar vörur sem eru í beinni samkeppni við innfluttar vörur (staðkvæmdarvörur) eru helst gosdrykkir og sætindi. Á allra síðustu árum hefur þó færst í vöxt að vörur eins og ostar, fuglakjöt og ákveðnar brauðtegundir séu fluttar til landsins en þær eru yfirleitt ekki taldar með í vísitölunni. Mynd 8 sýnir hlutfall helstu tegunda innlendra og erlendra matvæla sem dæmigerður neytandi setur í körfuna og áhrif þeirra á vísitöluna á tímabilinu mars 2006 til október 2007.

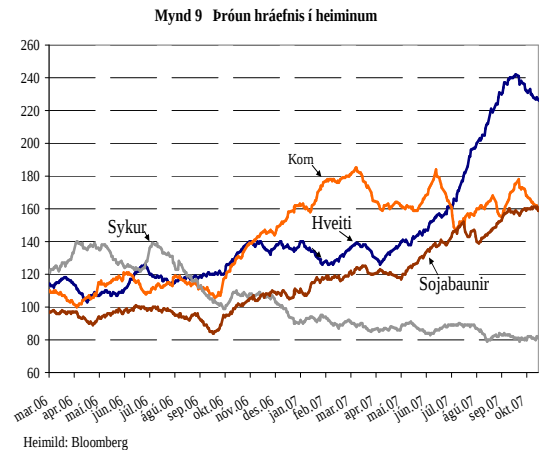


Verulegar breytingar urðu á verðlagi allra mat- og drykkjarvara við skattabreytingarnar en áhrifin misjöfn eftir vöruflokkum. Sem dæmi voru áhrifin mest á verði gosdrykkja, safa og vatns sem lækkaði um 18% frá fyrri mánuði, næst mest sykur, súkkulaði og sætindi um 11% en kjötvörur lækkuðu hlutfallslega minnst eða um 4%. Eins og fyrr hefur

verið nefnt báru bæði gos og sætindi áður 24,5% virðisaukaskatt. Að meðaltali lækkuðu aðrar matvörur um 7%. Á tímabilinu eftir skattabreytingarnar hækkuðu gosdrykkir, sætindi, kaffivörur, mjólk og brauð um 1-1,5% fram til október 2007 þótt verðið hafi sveiflast aðeins um sumarið. Fiskur og ávextir hækkuðu hlutfallslega mest eða um 8% og kjötvörur hækkuðu eingöngu eftir skattabreytingarnar eða um 4%.

Verðþróun á hrávörum

Nokkuð hefur verið í umræðunni að áhrif lækkunar á virðisaukaskattinum hefði ekki skilað sér að fullu í vasa neytenda vegna verðhækkanna á helstu hráefnum á heimsmarkaði. Á mynd 9 kemur fram þróun verðs á helstu hrávörum í heiminum.

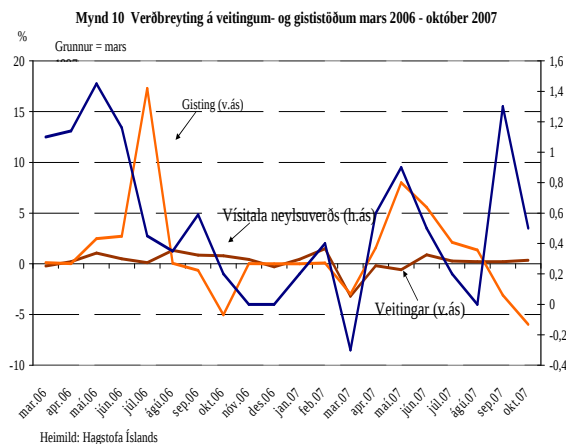


Margir innlendir matvöruframleiðendur eru háðir hrávöruverði á heimsmarkaði. Á það jafnt við um bændur sem framleiða kjöt og mjólkurvörur eins og aðra sem nota hrávörur í framleiðslu sína. Erfitt er að segja nákvæmlega til um hvenær verð á heimsmarkaði fer að hafa bein áhrif á markaðinn hérlandis en miðað er við að það skili sér almennt hratt hingað eins og komið hefur fram hér að framan. Hækkun á heims-markaðsverði hráefnanna fór fyrst að gera vart við sig í byrjun október 2006 og íslenskir birgjar brugðust við þeirri hækkun strax í nóvember/desember með 4,5% verðhækkunum að meðaltali samkvæmt úttekt Neytendasamtakanna sem er talsverð meiri hækkun í samanburði við verðbreytingarnar á hrávöruverði. Á sama tíma hækkaði vöruverð í matvöruverslunum að meðaltali um 3%. Verð á korni hélt áfram að hækka í byrjun árs 2007 en hveitið hækkaði lítillega þar til um vorið, en þá varð hækkunin mjög hröð og mikil. Sem dæmi hækkaði hveiti um 80% frá apríl til október 2007. Verð á korni sveiflaðist talsvert á tímabilinu og fór sem dæmi niður á við um vorið en tók aftur kipp síðla sumars. Sojabaunir hækkuðu líka þótt þær hafi tekið

seinna við sér. Sykurinn lækkaði hins vegar á tímabilinu. Í umræðunni kom líka fram að verð hefði ekki lækkað eins og raun bar vitni vegna mikils launaskriðs í landinu. Skattur á vörur t.d. virðisaukaskattur leggst jafnt á innfluttar sem innlendar vörur en laun hafa ekki áhrif á innfluttar vörur að sama skapi og innlendar vörur. Við slíkar aðstæður er því eðlilega hægt að gera ráð fyrir að verð lækki meira með lækkun neysluskatts á innfluttar vörur. Í byrjun árs hækkaði launavísitalan frá fyrri ársfjórðungi og var hækkunin að meðaltali rúmri prósentu hærri hjá birgjum en í matvöruverslunum. Eftir janúarmánuð var lítil breyting á launavísitölunni fram í október 2007.

Veitingar

Á mynd 10 sjást breytingar á verðlagi milli mánaða á veitingum og hótलगistingu á tímabilinu október 2006 til október 2007.



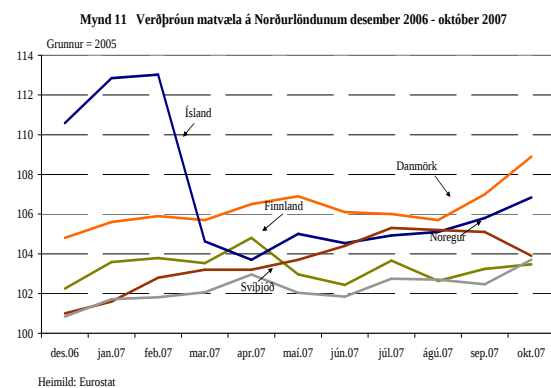
Verð á veitingum sveiflast almennt ekki mikið í samanburði við verð í matvöruverslunum. Á myndinni sést að verð breyttist lítillega allt fram í janúar 2007 þegar verð hækkaði almennt um hálf prósent. Verð á veitingum lækkaði síðan um 3% (Vísitöluáhrif -0,15%) milli febrúar og mars og frá mars til maí var verðlækkunin tæplega 4%. Frá þeim tíma og út tímabilið hafa veitingar hins vegar hækkað um tæplega 2%. Talvert vantaði því upp á að verðlækkunin skilaði sér út í samfélagið eða að meðaltali um 2-3%. Verðhækkunar veitingahúsa fyrir og eftir skattabreytingarnar voru hins vegar ekki hlutfallslega meiri, og í sumum tilvikum undir meðallagi, í samanburði við mat- og drykkjarvörur. Þar sem ekki eru til gögn frá tímabilinu um verðlag á veitingahúsum, skipt eftir þjónustustigi, er erfitt að meta frekari áhrif breytinganna.

Verð á gistingu er árstíðabundið og var búið að selja mikið af gistingu fyrir sumarið 2007 fyrir

skattabreytingarnar. Þá er sumartíminn mun dýrari árstími en vetrartíminn eins og mynd 10 sýnir og sá tími var að ganga í garð mánuði eftir skattabreytingarnar. Af þessum ástæðum var gisting ekki tekin með í athugininni.

6. Norrænn samanburður

Verðlag hefur alltaf verið hærri hér á landi í samanburði við hin Norðurlöndin en með lækkun virðisaukaskatts varð breyting á því, og hefur verð haldist mun lægra en á tímabilinu fyrir aðgerðirnar. Á mynd 11 má sjá verðþróun matvara á Norðurlöndunum frá desember 2006 til október 2007.



Matarverð á Íslandi lækkaði verulega í mars við skattabreytingarnar. Á seinni hluta tímabilsins má sjá að matarverð hefur hækkað mest í Danmörku og var 12 mánaða breytingin þar 5,4%. Á Íslandi lækkaði verð um 3% á sama tímabili og að meðaltali hækkaði verð um 2,4% á hinum Norðurlöndunum. Of snemmt er að álykta um hvort að áhrif lækkunar virðisaukaskatts séu að skila sér í sambærilegu verði og í Danmörku. Miklar hækkunar hafa orðið á hrávörum frá því um haustið 2007 sem hefur áhrif á matvælamarkaði en það er þarft verkefni að skoða þessa þróun nánar.

7. Samantekt

Flestir höfðu spáð því að lækkun virðisaukaskatts mundi að meðaltali leiða til um 7,5-8% lækkunar strax í mars og samtals um 9-9,5% lækkunar þegar niðurfelling vörugjalda hefði skilað sér að fullu út í samfélagið í apríl/maí 2007. Verð á veitingahúsum átti samkvæmt mælingum að lækka að meðaltali um 8% (2% frávik) eftir þjónustustigi veitingahúsa. Gert var ráð fyrir að heildaráhrif aðgerðanna mundu lækka vísitölu neysluverðs um 1,9%.

Spá manna um tæplega 8% lækkun gekk því eftir á fyrsta mánuðinum. Í apríl/maí lækkaði verð flestra mat- og drykkjarvara aftur um 0,5%-1% sem skýrist

af niðurfellingu vörugjalda en hins vegar var gert ráð fyrir að sú ákvörðun mundi til viðbótar leiða til 1,3-2% lækkunar. Ljóst er því að afnám vörugjalda skilaði sér ekki að fullu til neytenda. Í maí hækkuðu vörurunar að meðaltali um 1,3% frá fyrra mánuði og fyrir lok árs 2007 höfðu þær lækkað um rúmlega 2% en um 4% miðað við tólf mánaða mælingu. Ljóst er því, eins og oft hefur komið fram, að upphaflegt markmið um heildaráhrif sem næmi um 14-16% lækkun gengu ekki eftir. Vísitala neysluverðs lækkaði um 0,34% í mars frá fyrra mánuði en sveiflaðist síðan upp og niður en endaði í 6% hækkun síðustu tólf mánuði. Hækkun vísitölunnar má þó helst rekja til hækkunar á bensíni og húsnæði.

Þegar mat- og drykkjarvörum var skipt upp í annars vegar flokk innfluttra vara og hins vegar flokk innlendra vara kom í ljós að í byrjun árs 2007 hækkuðu báðir flokkarnir sem má að einhverju leyti skýrast af hækkun hráefnisverðs og launaskriðs. Í mars lækkuðu síðan báðir flokkarnir að meðaltali um 6%. Í maí hækkuðu aftur innfluttar vörur um 2% en innlendar vörur um hálft prósent. Á þessum tíma hafði gengi krónunnar styrkst verulega, verð á hrávörum á heimsmarkaði var í hægu hækkunarferli að undanskildum sykri sem var að lækka og launakostnaður hafði lítið breyst frá því snemma á árinu. Þótt hækkun hrávöruverðs hafi að nokkru leyti vegið upp gengisáhrifin er ósvarað hvers vegna matvörur lækkuðu ekki meira í mars og hvers vegna margar þeirra hækkuðu í maímánuði. Helst er að finna skýringu í samkeppnisstöðu vörutegunda. Þegar skoðuð voru áhrif lækkunar virðisaukaskatts eftir vörutegundum kom í ljós að þau voru mismikil. Þær vörur sem lækkuðu hvað mest í mars voru gosdrykkir (18%) og sætindi (11%) en þessar vörur báru áður 24,5% virðisaukaskatt. Minnst lækkaði verð á kjöti (4-5%) sem þýðir að tollalækkunin á kjöti var ekki að skila sér. Meðallækkun á öðrum vörum var um 6%. Mest hækkuðu ávextir og fiskur eða um 8% á tímabilinu frá mars til október 2007 og næst mest kjötvörur um 4%. Gos, kaffi og sætindi hækkuðu líka en mun minna eða á bilinu 1-2,5% sem var í takt við almenna verðþróun en á móti var verð á sykri í lágmarki á heimsmarkaði. Verð á mjólkurvörum stóð hins vegar nánast í stað. Þannig má sjá að t.d. gos og sætindi sem búa við sterkt samkeppnisumhverfi og bera samanlagt um 14% af útgjöldum dæmigerðs neytenda lækkuðu í samræmi við lækkun skattsins. Þessar vörur auk kaffivara, héldu aftur af vísitölunni og hækkuðu líka lítið á tímabilinu. Aðrar verðlækkanir frá því í mars eins og á kjöti og fiski hafa gengið að mestu til baka.

Þar sem ekki eru til gögn á tímabilinu um verðlag á veitingahúsum, skipt eftir þjónustustigi er erfitt að meta hvar áhrifin kom mest eða minnst fram.

Almennt lækkaði verð á veitingum um tæplega 4% í marsmánuðinum en gert var ráð fyrir að lækkunin gæti orðið um 8%. Talsvert vantaði því upp á að lækkunin skilaði sér út í samfélagið. Frá maí og út tímabilið hækkuðu veitingar um tæplega 2% sem er ekki úr takt við hækkunir á matvörumarkaðnum.