

Svenska matvanor och matpriser

Prisutvecklingen under de senaste åren



- Matpriserna fortsatte att stiga 2009, särskilt fruktpriserna. Den svaga kronan är en bidragande orsak.
- Försäljningsutvecklingen för mat i butik har dämpats de senaste två åren, säkerligen till följd av ökade matpriser, lågkonjunktur och klimatdebatt. Men generellt påverkas matkonsumtionen mindre än annan konsumtion i kristider.
- Andelen av total konsumtion som läggs på mat och alkoholfria drycker har inte ändrats särskilt mycket under 2000-talet. Sett ur ett längre perspektiv är trenden en minskande andel, men möjligen bröts den 2009.

OM ”SVENSKA MATVANOR OCH MATPRISER”

Denna rapport är en del av Jordbruksverkets rapportserie om svenska matvanor och matpriser. Syftet med rapportserien är att bidra med ett lättillgängligt underlag och ge uppslag till fortsatta analyser i den allmänna debatten om livsmedelspriser och livsmedelskonsumtion, utifrån Jordbruksverkets verksamhetsområde.

Regeringen lyfter tydligt fram konsumenterna i instruktion och regleringsbrev för Jordbruksverket och konsumentaspekten är ett av fokusområdena i Jordbruksverkets verksamhetsstrategi. Enligt den ska vi bland annat när det gäller pris- och konsumtionsutveckling beakta konsumentperspektivet. Målgruppen för rapportserien är alla som har intresse i utvecklingen av matpriser och matvanor, från enskilda konsumenter till beslutsfattare. Serien omfattar både rapporter och kortare pm.

Svenska matvanor och matpriser

Prisutvecklingen under de senaste åren

Utredningsenheten

Författare
Helena Lööv
Olof Sköld

Sammanfattning

Syftet med studien är att analysera matprisernas utveckling på årsbasis under de senaste åren, främst 2008 och 2009. I studien presenteras prisutvecklingen samt resonemang kring tänkbara faktorer som har påverkat prisutvecklingen och konsekvenser för konsumenterna. Metoden omfattar analys av statistik gällande konsumentprisindex, konsumtion och försäljning av livsmedel, samt hushållens utgifter.

Studien visar att livsmedelspriserna fortsatte att öka under 2009, i motsats till konsumentprodukter i övrigt, som istället gick tillbaka något. Ökningen för livsmedel var 2,9 procent medan priserna inom gruppen restaurang och logi steg med 3,0 procent. Priserna i dessa båda grupper steg mest i konsumenternas totala konsumtion under 2009 och kan jämföras med exempelvis boendet, där kostnaderna minskade med 4,6 procent.

Matpriserna i butik påverkas av många faktorer. Det kan gälla faktorer inom ekonomin i stort, på råvarumarknaden för jordbruksprodukter, konkurrenssituation och utbud inom livsmedelskedjan och konsumenternas efterfrågan. De livsmedelsgrupper som har ökat mest i pris (frukt, övriga livsmedel, sötsaker och glass, fisk, kött) omfattas av en betydande internationell handel, och det är därmed troligt att den svaga växelkursen har bidragit till att driva upp livsmedelspriserna. Det finns dock undantag. Några enskilda varor har minskat i pris 2009 jämfört med 2008, t.ex. citroner, vitkål, torskfilé och paprika. Men för dessa produkter (utom paprika) och även de flesta andra produkterna i studien, låg priset avsevärt högre 2009 än för fem år sedan.

Hushållen lägger en mindre andel av konsumtionen på mat i butik om man jämför med situationen för t.ex. trettio år sedan. Vi lägger inte mindre pengar på mat absolut sett, men inkomsterna har ökat mer. Samtidigt var 2008 det första året under 2000-talet som försäljningsvolymerna av mat i detaljhandeln minskade. Detta torde ha sin förklaring både i de ökade matpriserna, lågkonjunkturen och möjligen även klimatdebatten. Andelen av den totala konsumtionen som läggs på mat och alkoholfria drycker har dock legat stabilt kring 12 procent under 2000-talet. Den ökade något 2009 och möjligen tyder detta på att trenden sett ur ett längre tidsperspektiv med en mindre och mindre andel är bruten.

Konsumenternas känslighet för prisförändringar på livsmedel är generellt sett förhållandevis liten, även om detta kan skifta beroende på varans detaljnivå. Däremot kan konsumtionsmönstren för mat ändras, eftersom konsumenterna blir mer prismedvetna i kristider och väljer lågprisalternativen i högre utsträckning.

Att priskänsligheten är relativt låg för livsmedel generellt betyder att det många gånger kan vara svårt att få konsumenterna att köpa mer eller mindre av en viss produkt genom att styra prisnivån. Det är till exempel inte säkert att en skatt på socker skulle få folk att äta mindre godis. Vi får komma ihåg att kostnaden för råvaran socker är en mycket liten del av slutpriset på godis. Alltså måste skatten på socker sättas mycket högt för att den ska få verkan. Motsvarande resonemang är också tillämpligt för fett.

Innehåll

1	Inledning	3
1.1	Att följa utvecklingen av matpriser - Konsumentprisindex (KPI)	3
2	Matprisernas utveckling	5
2.1	Matpriserna fortsatte att stiga mellan 2008 och 2009	6
2.1.1	Frukt och godis samt fisk och kött ökade mest	6
2.2	Sammanfattande kommentarer	17
3	Orsaker till prisutvecklingen	18
3.1	Matpriserna påverkas av många faktorer	18
3.1.1	Ekonomi	18
3.1.2	Råvarumarknaden.....	20
3.1.3	Konkurrenssituationen i livsmedelskedjan.....	21
3.1.4	Konsumenternas efterfrågan.....	21
3.2	Sammanfattande kommentarer	23
4	Konsekvenser av prisutvecklingen	24
4.1	Konsumenternas priskänslighet.....	24
4.2	Vi lägger mindre andel av inkomsten på mat än förr	25
4.3	Kan man påverka konsumtionen med skatten?	28
4.4	Sammanfattande kommentarer	29
5	Frågor för fortsatt analys	30
	Referenser	31
	Bilaga	33

1 Inledning

Matpriserna har varit särskilt omdebatterade de senaste åren, efter de kraftiga prishöjningarna på jordbruksvaror 2007/2008, vilka gav prisökningar även i butikerna. För helåret 2008 märktes en kraftig ökning av de svenska matpriserna i konsumentledet jämfört med tidigare år. Man talade även om att livsmedelspriserna bidrog till att höja inflationen 2008.

På råvarumarknaderna för jordbruksvaror gick priserna generellt tillbaka under 2008. Matpriserna i butik har inte alltid följt med nedåt, vilket har lett till viss debatt om i vilken utsträckning de senare leden i livsmedelskedjan följer med i prissänkningar i producentledet. Det har också framhållits att de senare leden passar på att höja sina marginaler när priserna på jordbruksvaror stiger. Detaljhandeln framhåller bland annat att prisvariationerna ger eftersläpningar i senare led. För närvarande pågår ett arbete inom EU-kommissionen att titta närmare på konkurrenssituation och påslagen i prissättningen i de olika leden i livsmedelskedjan. I denna rapport fördjupar vi oss inte i detta utan hänvisar till kommande utredningar inom EU och Sverige om konkurrensen i livsmedelskedjan. Det vi kan konstatera är att konkurrensen i livsmedelskedjan är en av flera faktorer som påverkar matpriserna i butik.

Syftet med denna studie är att analysera matprisernas utveckling under de senaste åren, främst 2008 och 2009. I studien presenteras prisutvecklingen samt resonemang kring tänkbara faktorer som har påverkat prisutvecklingen, samt konsekvenser för konsumenterna.

Även om utgångspunkten i denna studie är prisutvecklingen finns naturligt även resonemang kring konsumtionen med. När det gäller prisutvecklingen utgår studien från konsumentprisindex (KPI), som publiceras av Statistiska Centralbyrån (SCB) på månads- och årsbasis. Gällande konsumtionsutvecklingen utgår studien från Jordbruksverkets konsumtionsstatistik, som publiceras på årsbasis, samt försäljningsstatistik från SCB på årsbasis. Studien beaktar också andra publikationer där pris- och/eller konsumtionsutvecklingen behandlas, t.ex. Jordbruksstatistisk årsbok.

1.1 Att följa utvecklingen av matpriser - Konsumentprisindex (KPI)

Statistiska Centralbyrån (SCB) är ansvarig för statistiken om utvecklingen av konsumentpriserna. Det statistiska mått som används är konsumentprisindex (KPI) och det publiceras för varje månad. KPI avser att visa hur konsumentpriserna i genomsnitt utvecklar sig för hela den privata inhemska konsumtionen, den så kallade allmänna prisutvecklingen. KPI ska därför helst omfatta allt som de svenska konsumenterna köper. Av praktiska skäl är det emellertid svårt att prismäta alla varor och tjänster som konsumeras. Istället samlas prisnoteringar in för ett urval av varor och tjänster, så kallade representantprodukter. Livsmedel är ett av flera områden som ingår i KPI. Man brukar tala om en enda stor ”korg” där allt som konsumenterna köper ingår, och att KPI följer hur priset på korgen utvecklas över tiden. Korgen har samma sammansättning under hela året, men justeras efter varje år för att spegla konsumtionsmönstren. Sedan kedjas åren ihop (kedjeindex), för att man ska kunna jämföra prisläget från år till år.

KPI-statistiken utgår från år 1980, vilket innebär att prisläget för det året är lika med 100. När man sedan jämför detta års indextal med indextalet för ett senare år (eller månad), till exempel det för 2009 som är 299,66, säger man att motsvarande produkt som i genomsnitt kostade 100 kronor år 1980 kostade i genomsnitt 299,66 kronor år 2009. Detta innebär att priserna har stigit med knappt 200 % på knappt 30 år. Det är den allmänna prisutvecklingen. När man sedan tittar på ett särskilt varuområde inom KPI, kan man relatera den prisutvecklingen till den allmänna prisutvecklingen. När det gäller livsmedel är motsvarande indexvärde 280,68, vilket innebär att livsmedelspriserna har stigit med drygt 180 % mellan 1980 och 2009. Livsmedelspriserna har alltså inte stigit lika mycket i pris som andra varor. Vägningstalet för gruppen livsmedel och alkoholfria drycker i totalt KPI är 136 av 1000 (13,6 % av totalt KPI) . Inom gruppen livsmedel finns följande undergrupper:

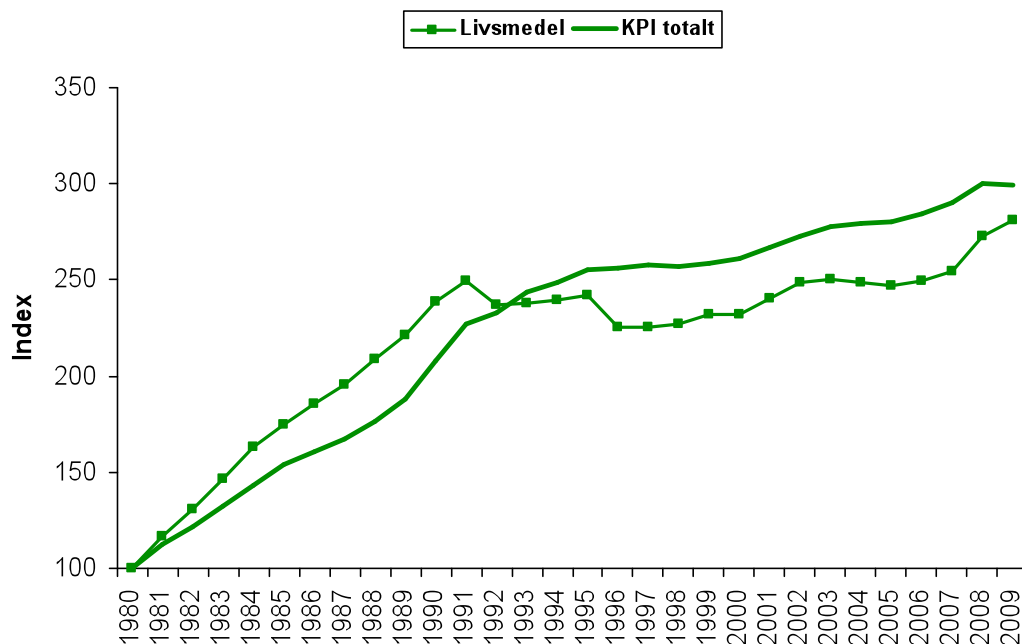
01.1.1 bröd och övriga spannmålsprodukter, 01.1.2 kött, 01.1.3 fisk, 01.1.4 mjölk, ost och ägg, 01.1.5 oljor och fetter, 01.1.6 frukt, 01.1.7 grönsaker, 01.1.8 sötsaker och glass, samt 01.1.9 övriga livsmedel.

Denna rapport utgår från konsumentprisindex för de olika livsmedelsundergrupperna enligt listan ovan. Siffrorna finns tillgängliga på SCB:s hemsida. Studien behandlar också konsumentprisindex för enskilda varor som ingår i dessa undergrupper, t.ex. när vi behöver veta vilka varor som har bidragit mest till att prisutvecklingen för en viss grupp har gått i en viss riktning. Som exempel kan nämnas att undergruppen mjölk, ost och ägg består av produkterna ägg; mjölk; filmjölk och yoghurt; grädde; gräddfil, creme fraiche, hårdost; samt dessertost, mjukost m.m.

2 Matprisernas utveckling

Figur 1 visar att livsmedel som grupp hade en kraftigare prisutveckling under hela 1980-talet jämfört med den allmänna prisutvecklingen, KPI totalt. Matpriserna sjönk i början av 1990-talet, i samband med att avregleringen av den svenska jordbrukspolitiken påbörjades. För områden som kött sjönk också matpriserna i samband med EU-inträdet 1995 och prissänkningar märktes för flera områden även 1996, då matmomsen sänktes från 25 procent till 12 procent. Matpriserna ökade något under de första åren av 2000-talet, men redan 2003 kom den utvecklingen av sig, vilket delvis kan ha berott på lågpriskedjornas inträde på den svenska marknaden¹. I diagrammet syns en tydlig ökning av livsmedelspriserna år 2008, vilket var det år då de kraftiga prisökningarna på råvaror som spannmål slog igenom i butikspriserna för de flesta livsmedelsgrupperna. Denna utveckling har hållit i sig även 2009, medan konsumentpriserna i övrigt istället gått tillbaka något. Figuren 12a och 12b i bilagan visar utvecklingen för respektive livsmedelsgrupp under perioden 1980-2009. Figur 12a visar utvecklingen för grupperna bröd och spannmålsprodukter, kött, fisk, oljor och fetter samt mjölk, ost och ägg. Figur 12b visar utvecklingen för grupperna frukt, grönsaker, sötsaker och glass samt övriga livsmedel. Utvecklingen ser i grova drag likadan ut för de olika grupperna som för livsmedel i genomsnitt, bland annat märks en tydlig prisnedgång under första halvan av 1990-talet. Det framgår också att innan 2008 hade många av grupperna en långsammare prisutveckling jämfört med den allmänna prisutvecklingen. Undantagen är framförallt fisk och frukt, som under flera år har ökat mer i pris än genomsnittet för konsumtionsvaror i övrigt. Att notera är att grupperna innehåller många olika varor och därmed kan det förekomma undantag inom grupperna. Vi tittar mer på prisutvecklingen inom grupperna längre fram i kapitlet.

¹ Källa: Konkurrensverket (2009b)



Figur 1 Utvecklingen av livsmedelspriserna i förhållande till den allmänna prisutvecklingen (KPI totalt), 1980-2009

Källa: SCB, egna beräkningar

2.1 Matpriserna fortsatte att stiga mellan 2008 och 2009

Som vi såg i figur 1 steg livsmedelspriserna mer procentuellt sett än konsumentprodukter i övrigt mellan 2007 och 2008. Vi kan också konstatera att denna utveckling håller i sig när vi jämför 2008 med 2009. Matpriserna steg med i genomsnitt 2,9 procent mellan 2008 och 2009. Det är bara gruppen restauranger och logi som har stigit mer i pris (+ 3,0 procent) i hushållens totala konsumtion. Prisutvecklingen för konsumentprodukter i genomsnitt gick istället tillbaka något (- 0,3 procent), mycket till följd av minskade priser för boendet (- 4,6 procent).

2.1.1 Frukt och godis samt fisk och kött ökade mest

I nedanstående tabell framgår prisutvecklingen mellan åren under perioden 2005-2009 för respektive livsmedelsgrupp, gruppen livsmedel samt KPI totalt. Tabellen visar också hur stor andel varje livsmedelsgrupp har i gruppen livsmedel.² För 2008 och 2009 har priserna för alla livsmedelsgrupper ökat mer än den allmänna prisutvecklingen, procentuellt sett. För 2009 gick totalt KPI till och med bakåt något och hamnade på en negativ prisutveckling. Av tabellen syns också tydligt att totalt KPI för åren innan (2005-2007) ökade mer än livsmedel totalt och flera av livsmedelsgrupperna. Vi ser att det framförallt är frukt och fisk som har ökat mer även dessa år. Priserna ökade mest på frukt samt övriga livsmedel mellan 2008 och 2009, men även sötsaker och glass, fisk

² Procenttalen utgår från de vägningstal som varje livsmedelsgrupp har av totalt KPI, och vägningstalet för livsmedel är summan av dessa.

samt kött ökade mer än snittet. Några enskilda livsmedel minskade dock i pris jämfört med 2008, till exempel citroner, vitkål, torskfilé och paprika. Men att notera är att 2008 steg matpriserna generellt kraftigt, vilket gör att många produkter ändå har blivit dyrare jämfört med åren innan 2008.

Tabell 1 Procentuell förändring från föregående år av konsumentprisindex för livsmedelsgrupperna och för KPI totalt (fallande ordning utifrån 2009) 2005-2009, samt gruppernas andel av livsmedel och alkoholfria drycker i KPI år 2010

	2005	2006	2007	2008	2009	Andel av livsmedel och alkoholfria drycker*
frukt	2,1 %	4,1 %	3,3 %	10,9 %	5,4 %	7,6 %
övriga livsmedel	-2,3 %	-1,4 %	0,9 %	3,5 %	5,0 %	4,8 %
sötsaker och glass	-1,9 %	-0,9 %	1,9 %	3,4 %	3,8 %	10,9 %
fisk	1,0 %	5,1 %	2,1 %	4,2 %	3,6 %	5,6 %
kött	0,2 %	1,5 %	1,0 %	6,8 %	3,0 %	17,8 %
bröd m.m.	-0,9 %	-0,7 %	3,4 %	10,1 %	2,2 %	14,8 %
mjölk, ost och ägg	-0,9 %	0,0 %	1,3 %	9,9 %	1,3 %	16,2 %
grönsaker	-1,7 %	1,5 %	3,4 %	4,4 %	1,3 %	10,2 %
oljor och fetter	-1,9 %	0,2 %	1,2 %	9,6 %	0,8 %	2,6 %
livsmedel	-0,7 %	0,8 %	2,1 %	7,3 %	2,8 %	90,4 %
KPI	0,5 %	1,4 %	2,2 %	3,4 %	-0,3 %	

* Procentsatserna är beräknade utifrån vägningsstalet för gruppen livsmedel och alkoholfria drycker, och summerar därmed inte till 100, eftersom även alkoholfria drycker ingår i gruppen.

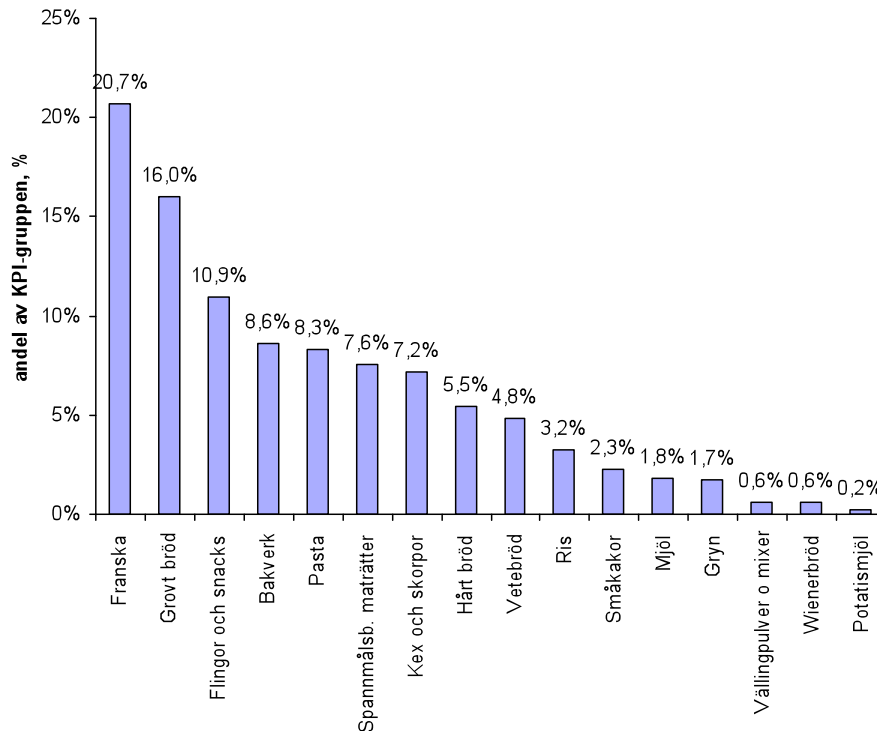
Källa: SCB, egna beräkningar

Det förekommer stora variationer inom livsmedelsgrupperna. Vissa produkter har ökat mer i pris än andra. Tabellen 4 i bilagan visar utvecklingen av KPI under perioden 2005-2009 för utvalda produkter. Enligt den är det många produkter som ökat relativt mycket i pris, jämfört med konsumentprodukter i genomsnitt. Som exempel kan nämnas priserna för ris, pasta, mjöl, sill/strömming, lax, de flesta frukter och bär, potatis, vitkål, gurka, ägg och nötkött, som alla ökat med mer än 20 procent under dessa år. Mellan 2005 och 2009 låg den allmänna prisutvecklingen på 6,9 procent. De flesta av produkterna i bilagan har ökat mer i pris mellan 2008 och 2009 än konsumentprodukter i övrigt. Detta gäller också om vi jämför 2009 med 2005, då prisökningar på upp emot 50 procent kan förekomma, jämfört med 6,9 procent. Djupfrysta bär och frukter stod för den största procentuella ökningen både mellan 2008 och 2009 (22,1 procent) och mellan 2005 och 2009 (51,4 procent).

2.1.1.1 Bröd och övriga spannmålsprodukter

Bröd och övriga spannmålsprodukter är en av de större undergrupperna i KPI:s delindex för livsmedel och alkoholfria drycker, den utgör nästan 15 procent av gruppen. Det är en

relativt sett heterogen grupp som innehåller allt från mjöl och gryn till bearbetade produkter som pasta, spannmålsbaserade maträtter, flingor och snacks och olika sötade bakverk. Den största gruppen värdemässigt är olika sorters matbröd (cirka 40 procent av gruppen). Detta framgår av figuren 2 nedan.



Figur 2 Innehåll i KPI:s delindex för bröd och övriga spannmålsprodukter, varornas andel i procent, 2010

Källa: SCB, egna beräkningar

Efter en tid med en långsammare prisutveckling jämfört med den allmänna prisutvecklingen, ökade konsumentpriserna under 2007, men framförallt under 2008, för gruppen som helhet. Detta sågs som en direkt effekt av de kraftiga prisökningarna av råvarupriserna för jordbruksprodukter, som startade runtom i världen under andra halvan av 2007 och vilka bedömdes vara en starkt bidragande orsak till ökningen av konsumentpriserna. På årsbasis steg priset på vete från 103 kr/100 kg år 2006 till 173 kr/100 kg år 2007 i Sverige.³ I konsumentledet sjönk priset på vetemjöl mellan 2006 och 2007 från 470 kr/100 kg till 455 kr/100 kg, och ökade mellan 2007 och 2008 till 580 kr/100 kg. Priset på knäckebröd sjönk mellan 2006 och 2007, från 3 775 kr/100 kg till 3 021 kr/100 kg, och ökade mellan 2007 och 2008, till 4 650 kr/100 kg⁴. Vi kan konstatera att trots att spannmål är en stor insatsvara kvantitetsmässigt, så utgör råvarukostnaden en relativt liten del av priset som konsumenten betalar för slutprodukten. Detta innebär därmed att det troligtvis fanns andra orsaker som också bidrog till de kraftigt ökade konsumentpriserna. Efter den relativt kraftiga prisökningen

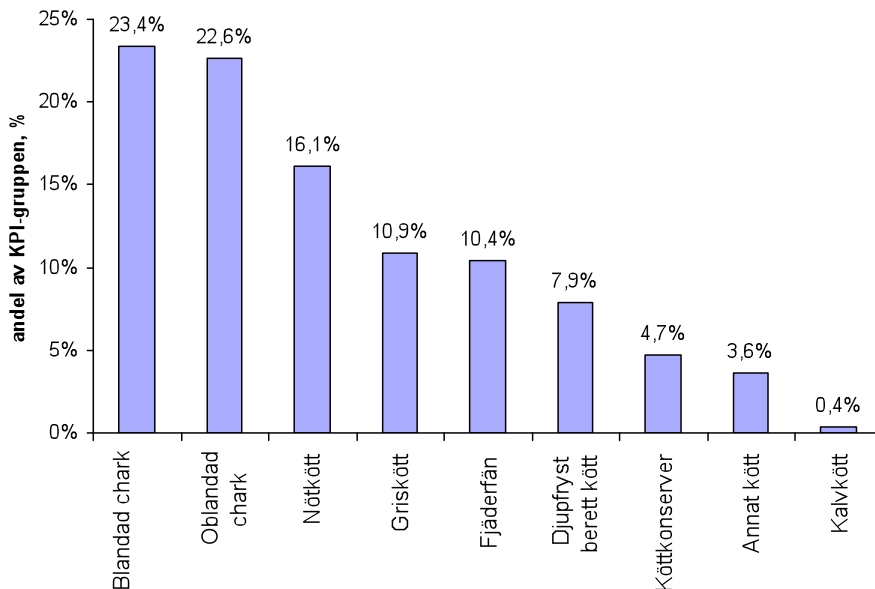
³ Källa: Jordbruksverket

⁴ Källa: Statistiska Centralbyrån (2010a). Priset för vetemjöl avser ett paket med 2 kg. När det gäller knäckebröd representerar priset för 2006 en förpackning med 400 gram, priset för 2007 en förpackning med 470 gram och priset för 2008 en förpackning med 200 gram.

för bröd och spannmålsprodukter mellan 2007 och 2008 kan vi se en mindre ökning mellan 2008 och 2009.

2.1.1.2 Kött

Kött är den största undergruppen i KPI:s delindex för livsmedel och alkoholfria drycker, och står för närmare 18 procent av denna. Kött står för en relativt sett stor del av matbudgeten, vilket gör att prisförändringar på kött märks tydligare i plånboken än för varor som utgör en mindre del. Under våren 2008 var det stort fokus på de kraftigt ökande köttpriserna i butik i Sverige. Orsaker som lyftes fram var dels de ökade råvarupriserna på spannmål (och därmed foderkostnaden för köttproduktionen) som tog fart 2007, men också EU:s införda importrestriktioner för kött från Brasilien. Det gavs signaler från branschen om en förskjutning av konsumtionen från nötkött till bland annat kycklingkött, och om en förskjutning från dyrare delar som filé och biff till mindre dyra delar som grytbitar och karré.



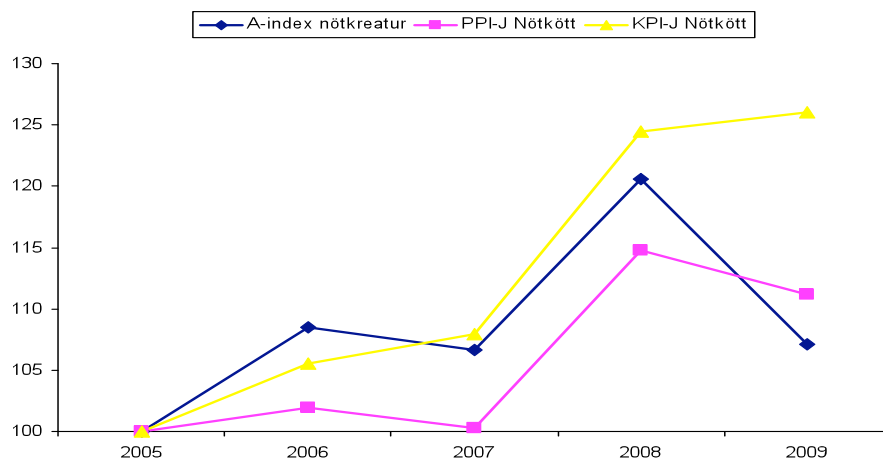
Figur 3 Innehåll i KPI:s delindex för kött, varornas andel i procent, 2010

Källa: SCB, egna beräkningar

I den månatliga redovisningen för KPI syntes en kraftig ökning för nötkött i början av 2008. Det totala resultatet för hela 2008 visade dock inte på någon anmärkningsvärd förändring av KPI:s delindex för kött. Det var flera andra livsmedelsgrupper som hade en större procentuell förändring mellan 2007 och 2008 (frukt; bröd och spannmålsprodukter; mjölk, ost och ägg samt oljor och fetter). Men det kan konstateras att från att ha legat på en långsammare prisutveckling under flera år blev det alltså en snabbare prisutveckling även för kött mellan 2007 och 2008, till stor del beroende på att nötköttspriserna ökade kraftigt. Under 2009 har grupperna annat kött och fläsk ökat mer än nöt procentuellt sett. Figur 4 visar hur producentpriser till lantbrukaren (A-index), producentpriser för en mer förädlad vara till livsmedelsindustrin (PPI-J) och konsumentpriser (KPI-J) har utvecklats för nötkött mellan 2005 och 2009. Som synes går de svenska producent- och livsmedelsindustripriserna tillbaka 2009 medan konsumentpriserna fortsätter att stiga. Särskilt producentpriserna har en kraftig

minskning mellan 2008 och 2009 för nötkött, och samma fenomen märks för mjölk i figur 7 nedan.

Konsumtionen av kött har ökat kraftigt under en längre period. 1960 konsumerades knappt 20 kg nötkött per person och år, cirka 25 kg griskött och knappt 2 kg fjäderfäkött. 2006 konsumerades drygt 25 kg nötkött, närmare 40 kg fläskkött och drygt 16 kg fjäderfäkött. Konsumtionen av nötkött har haft en uppåtgående trend sedan mitten av 1990-talet. Konsumtionen av griskött minskade något i slutet av 1990-talet, men sett ur ett längre perspektiv har även grisköttskonsumtionen haft en uppåtgående trend. En kraftig ökning har skett för konsumtionen av fjäderfäkött, särskilt från början av 1990-talet. Konsumtionsökningarna har bland annat sin grund i gynnsamma konsumentpriser för kött.⁵



Figur 4 Utveckling av producentpriser, producentpriser för livsmedelsindustrin samt konsumentpriser för nötkött, 2005-2009, index 2005= 100

Källa: Jordbruksverket

2.1.1.3 Fisk

Gruppen fisk har en relativt sett liten andel av livsmedel och alkoholfria drycker i KPI, den står för knappt 6 procent. Fisk är en grupp som, till skillnad från flera andra livsmedelsgrupper, haft en snabbare prisutveckling än den allmänna prisutvecklingen under flera år sedan slutet av 1990-talet (se figur 12a i bilagan) och utvecklingen tycks peka fortsatt uppåt. Det kan finnas flera orsaker till den successiva ökningen av KPI:s delindex för fisk sedan slutet av 1990-talet. På tio år har konsumtionsmönstren ändrats, vilket speglas i sammansättningen av fisk-gruppen i KPI. Det kan vara så att de varor som fått en större andel av gruppen också har haft en snabbare prisutveckling, vilket påverkar gruppen som helhet.

I figur 5 framgår vägningstalen för 1999 respektive 2010 för de olika fisksorterna i gruppen fisk. Den varugrupp inom gruppen fisk i KPI som har störst andel är fisk- och skaldjursprodukter. Den står för 34 procent av gruppen. Sedan följer djupfryst fisk, med närmare 20 procent, vilket är en minskning sedan 1999 från närmare 26 procent. Tredje störst är sillkonserver, som har en andel på 12 procent, vilket är en ökning från knappt 9 procent år 1999. Färs lax, ny sedan 2003, och gravad/rökt lax, står för vardera

⁵ Källa: Jordbruksverket (2009a)

närmare 10 procent. År 1999 fanns inte färsk lax med, och gravad/rökt lax stod för knappt 4 procent av gruppen. I nästan samma storlek finns kaviar, som står för drygt 8 procent av gruppen, en ökning jämfört med 7 procent år 1999. De resterande grupperna har vardera andelar på 1-2 procent av gruppen, vilket gör att påverkan från dem på prisutvecklingen för gruppen som helhet är begränsad.

Mellan 2000 och 2009 steg konsumentprisindex med omkring 20 procent för fyra av de sex största varugrupperna, medan de andra två steg mer. Det var färsk lax och gravad/rökt lax, som steg med 66 procent respektive 54 procent. För samma period var ökningen för fisk som grupp 35 procent, att jämföra med livsmedel som hade en ökning på 21 procent och KPI totalt en ökning på 15 procent. De små grupperna hade ökningsgrad på mellan 24 procent (djupfrysta skaldjur) och 144 procent (sill/strömming). Mellan 2008 och 2009 ökade de tre största grupperna med respektive 4 procent, 6 procent och 2 procent. Den största prisökningen i gruppen står djupfrysta skaldjur för, som har ökat med 12 procent. Torskfilé däremot har istället minskat i pris mellan 2008 och 2009, med 13 procent. Enligt Svensk Fisk kan det ha att göra med det ökade utbudet av torsk i Sverige, dels genom att konsumenterna åter köper Östersjötorsk och dels för att importen av torsk från Norge har ökat de senaste åren.

Vägningstalet för fisk och skaldjursprodukter har ökat från närmare 30 procent av delindex för fisk i KPI år 1999, till dryga 34 procent år 2010. Även sillkonserver har ökat, från knappt 9 procent år 1999 till 12 procent år 2010. Denna trend kan vi också se i konsumtionsstatistiken, att konserver och beredd fisk⁶ är den grupp där konsumtionen har ökat mest.⁷ Därmed har konsumtionen av fisk samma utveckling som andra livsmedelsgrupper, nämligen att vi äter mer och mer förädlad mat.

Under de senaste tio åren har svenskarna också fått upp intresset för dyrare fisksorter och fisk anses i många fall enligt Svensk Fisk som en lyxvara som man gärna äter på restaurang eller tillagar till helgen. Jordbruksverkets beräkningar av inkomstelasticiteten för ett antal livsmedelsgrupper visar också att fisk är klassad som lyxvara för perioden 1980-2006, medan den var en ”normal” vara under perioden 1960-1979. När inkomsterna ökar köper konsumenterna förhållandevis mer av lyxvaror.⁸ I de olika fisksorternas vägningstal i KPI:s delindex för fisk ser vi t.ex. att gruppen gravad/rökt laxfisk har ökat från knappt 4 procent år 1999 till närmare 10 procent år 2010. Detta samtidigt som billigare produkter som sill/strömming har gått tillbaka (från 2,5 procent till 1,8 procent). Några grupper som har minskat i andel relativt mycket under perioden är djupfrysta skaldjur, torskfilé samt filéad rödspätta. Gruppen färsk lax tillkom år 2003 och utgör nu närmare 10 procent av gruppen fisk.

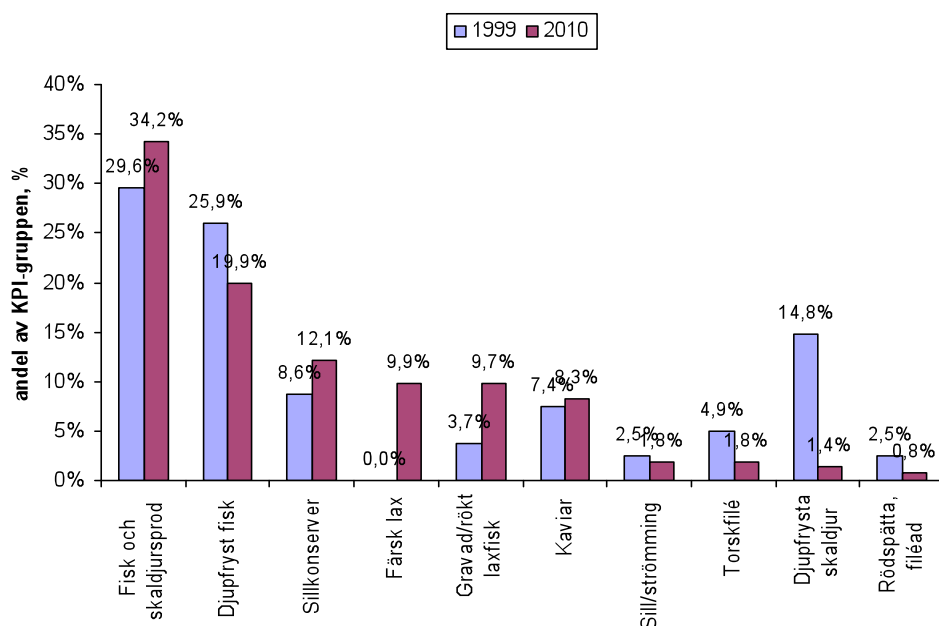
När det gäller färsk fisk finns inte längre någon konsumtionsstatistik att tillgå, Jordbruksverket slutade att rapportera denna 1999, till följd av bristande underlag. Innan dess var trenden minskande, konsumtionen av färsk fisk minskade konstant mellan 1960 och 1999. Det är oklart hur konsumtionen av färsk fisk har utvecklats de senaste tio åren. Men enligt Svensk Fisk märks en ökning av den totala fiskkonsumtionen mellan 2004 och 2008 i alla åldersgrupper, och en förklaring tror de kan vara det ökande

⁶ I gruppen ingår Saltad, krydda, torkad och rökt fisk; Kaviar och andra beredningar av fiskrom; Sillkonserver; Fiskkonserver, andra slag (exkl. kaviar och fiskbullar); och Fiskfiléer och fiskpinnar, panerade samt annan beredd fisk (färdiglagade fiskrätter, fiskbullar m.m.).

⁷ Källa: Jordbruksverket (2009a)

⁸ Källa: Jordbruksverket (2009b)

hälsotänkandet bland svenska konsumenter. Vi vet också enligt konsumtionsstatistiken att konsumtionen av filéad fryst fisk har ökat relativt konstant sedan 2000, säkert har den portionsförpackade frysta laxen hjälpt till att öka denna konsumtion.

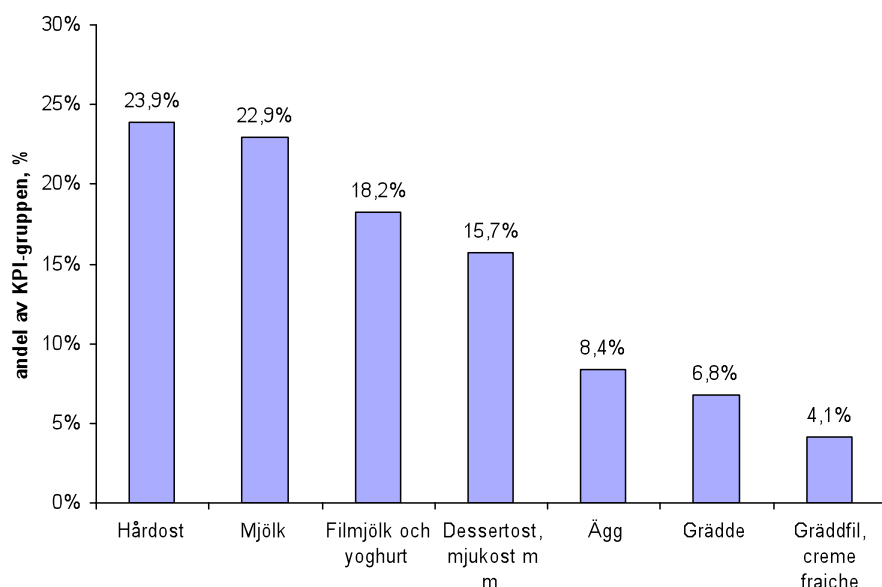


Figur 5 Innehåll i KPI:s delindex för fisk, varornas andel i procent, 2010

Källa: SCB, egna beräkningar

2.1.1.4 Mjolk, ost och ägg

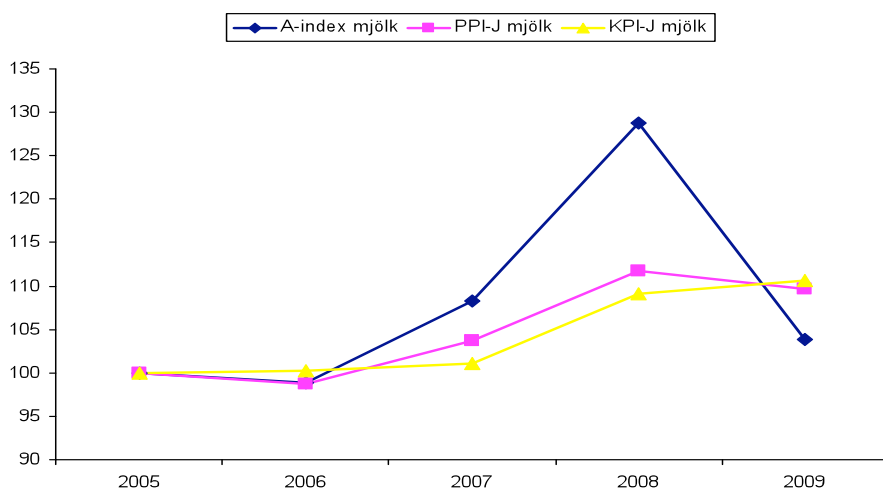
Mjolk, ost och ägg är den näst största undergruppen i KPI:s delindex för livsmedel och alkoholfria drycker, och står för drygt 16 procent av denna. Detta är en heterogen grupp och vi tittar därför på utvecklingen av konsumentpriserna för mjolk, ost och ägg var och en för sig. I tabell 4 i bilagan ser vi att ägg har haft den största procentuella prisutvecklingen i gruppen mellan 2008 och 2009, men även mjolkpriset har stigit mer än KPI. I figur 6 ser vi att det framförallt är mjolk och ost som har störst påverkan på KPI-talet för gruppen mjolk, ost och ägg som helhet. Ägg och grädde står för mindre andelar av gruppens totala andel av totalt KPI.



Figur 6 Innehåll i KPI:s delindex för mjök, ost och ägg, varornas andel i procent, 2010

Källa: SCB, egna beräkningar

Figur 7 visar hur producentpriser (A-index), producentpriser för livsmedelsindustrin (PPI-J) och konsumentpriser (KPI-J) har utvecklats för mjök mellan 2005 och 2009. KPI för mjök innehåller standard-, mellan-, lätt-, och ekologisk mellanmjök. Precis som för nötkött enligt figur 4 minskade producentpriserna till lantbrukaren markant mellan 2008 och 2009, medan konsumentpriserna istället ökade något. Dock ökade inte mjökpriserna i butik lika mycket som producentpriserna för mjök under 2008. Att notera är att endast 40 procent av mjök användningen går till konsumtionsmjök och syrade produkter samt grädde. En nästan lika stor del går till ostproduktion, och 20 procent går till mjölkpulver. Priserna till mjökbonden beror på vilken betalning mejeriindustrin kan få ut på marknaden för samtliga mejeriprodukter.⁹



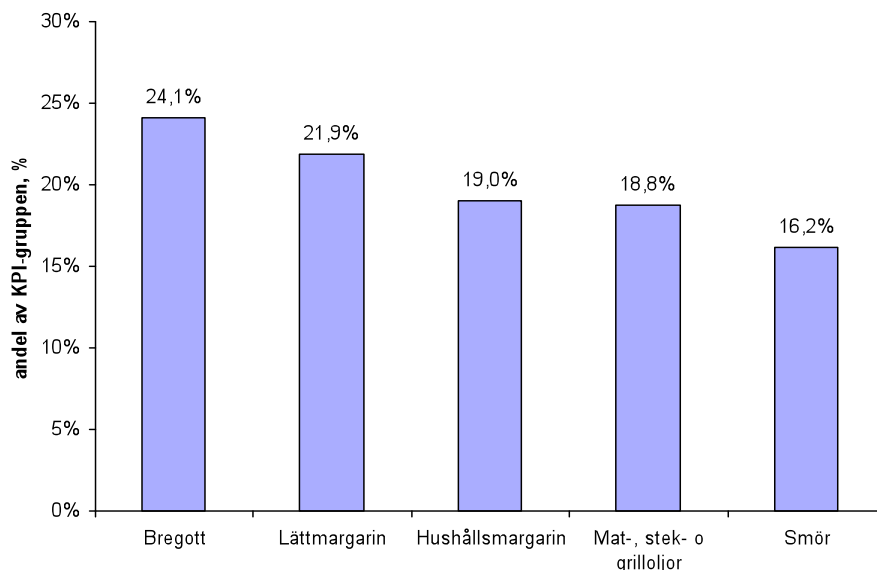
Figur 7 Utveckling av producentpriser, producentpriser för livsmedelsindustrin samt konsumentpriser för mjök, 2005-2009, index 2005= 100

Källa: Jordbruksverket

⁹ Källa: Jordbruksverket (2009d)

2.1.1.5 Oljor och fetter

Oljor och fetter är med knappt 3 procent en av de mindre grupperna i KPI för livsmedel och alkoholfria drycker. Gruppen var en av de livsmedelsgrupper som ökade mest i pris procentuellt sett mellan 2007 och 2008. Mellan 2008 och 2009 märktes en liten ökning av KPI för oljor och fetter men inget anmärkningsvärt. Figur 8 visar hur stora delar de olika varugrupperna har i KPI:s delindex för oljor och fetter. En trend är att konsumtionen av smör och margarin minskar och att konsumtionen av matolja ökar¹⁰.



Figur 8 Innehåll i KPI:s delindex för oljor och fetter, varornas andel i procent, 2010

Källa: SCB, egna beräkningar

2.1.1.6 Frukt

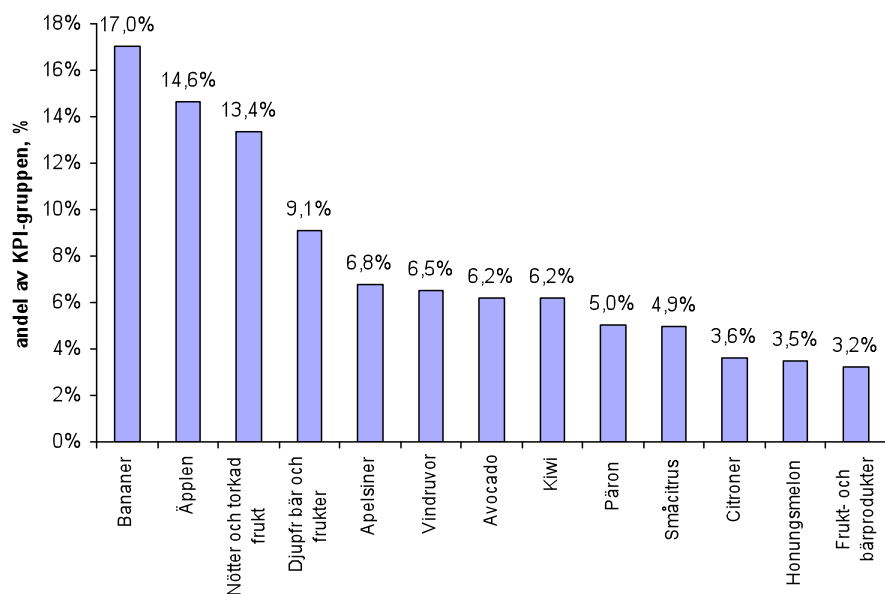
Frukt står för knappt 8 procent av gruppen för livsmedel och alkoholfria drycker i KPI. Gruppen har med några års undantag haft en kraftigare prisökning än den allmänna prisutvecklingen, och även flera livsmedelsgrupper, sedan EU-inträdet 1995. Vid EU-inträdet steg priserna på många frukter eftersom Sverige då övertog EU:s tullnivåer, som för flera frukter är relativt höga. Skördevariationer liksom valutakursnivåer påverkar tydligt prisbilden på frukt och även grönsaker.¹¹

Frukt har den största procentuella förändringen av KPI mellan 2008 och 2009, enligt tabell 1 ovan. Men gruppen innehåller många olika frukter, och dessutom både färska, frysta och bearbetade frukter. Alla dessa har inte ökat i pris mellan 2008 och 2009. Prisutvecklingen har t.ex. varit negativ för större produkter som äpplen och apelsiner. Bananer är den grupp som har störst enskild andel av gruppen, närmare 20 procent. Bananer är också en av de frukter som ökat mest i pris procentuellt sett, vilket är en orsak till att gruppen frukt som helhet fått en stor procentuell ökning. Orsaker till att bananpriserna varit höga under 2009 (och 2008) är att efterfrågan på bananer har ökat i Ryssland, samtidigt som det har varit dåligt väder i de latinamerikanska odlingsområdena. Djupfrysta bär och frukter samt frukt- och bärprodukter utgör

¹⁰ Källa: Jordbruksverket (2009a)

¹¹ Källa: Jordbruksverket (2006)

tillsammans 12,3 procent av gruppen. Dessa två varugrupper har haft en ännu kraftigare prisutveckling än bananer mellan 2008 och 2009, och har därmed också bidragit till ökningen för gruppen.



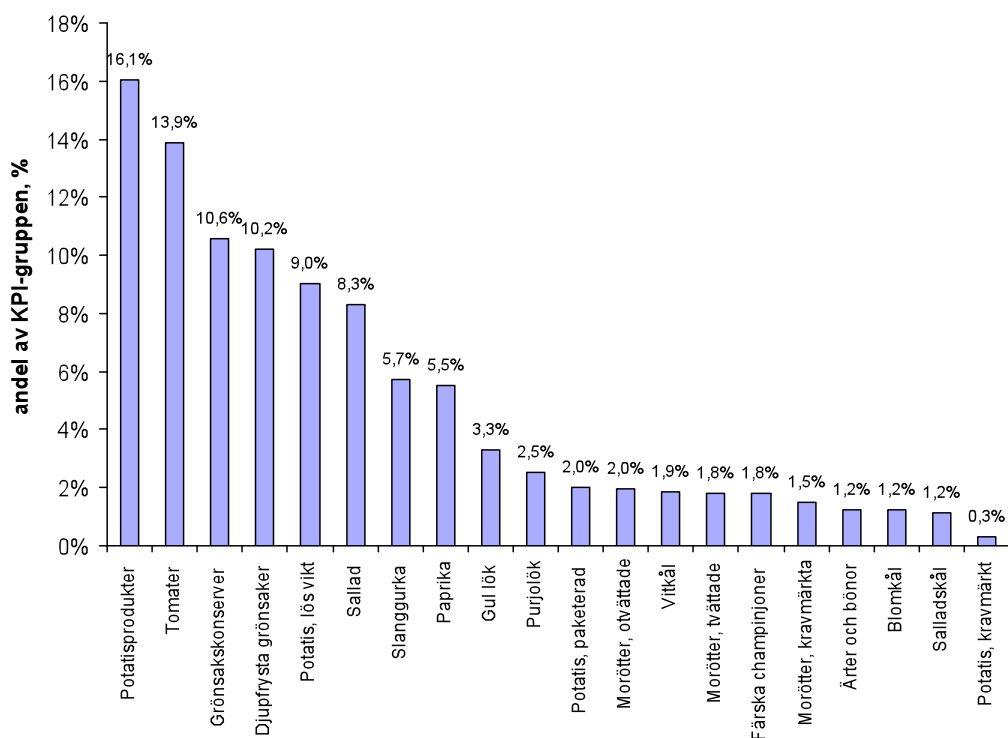
Figur 9 Innehåll i KPI:s delindex för frukt, varornas andel i procent, 2010

Källa: SCB, egna beräkningar

Djupfrysta bär och frukter har ökat mest i pris av alla de varor vi undersökt, med en ökning på hela 22 procent mellan 2008 och 2009, och drygt 50 procent mellan 2005 och 2009. I tabell 4 i bilagan framgår vad alla de olika frukterna i gruppen hade för prisutveckling. Här kan nämnas att bland de fem produkter vi undersökt som hade den högsta procentuella prisökningen mellan 2008 och 2009 återfinns fyra inom fruktgruppen (djupfrysta bär och frukter; päron; kiwi; och honungsmelon). Av dessa kommer merparten från utlandet vilket gör att det främst är importpriserna som har styrt priserna i butik.

2.1.1.7 Grönsaker

Gruppen grönsaker har en något större andel än frukt av KPI:s delindex för livsmedel och alkoholfria drycker, andelen ligger på drygt 10 procent. Konsumentpriserna för grönsaker som grupp har sedan 2006 haft en något snabbare prisutveckling än den allmänna prisutvecklingen. Av livsmedelsundergrupperna var det exempelvis 2007 endast grönsaksgruppen tillsammans med grupperna bröd och spannmålsprodukter och frukt som hade en högre procentuell förändring än konsumentprodukter i övrigt. Men jämfört med en del andra livsmedelsgrupper utmärker sig inte gruppen grönsaker under 2008 och 2009. Konsumtionen har ökat stadigt under en lång tid.

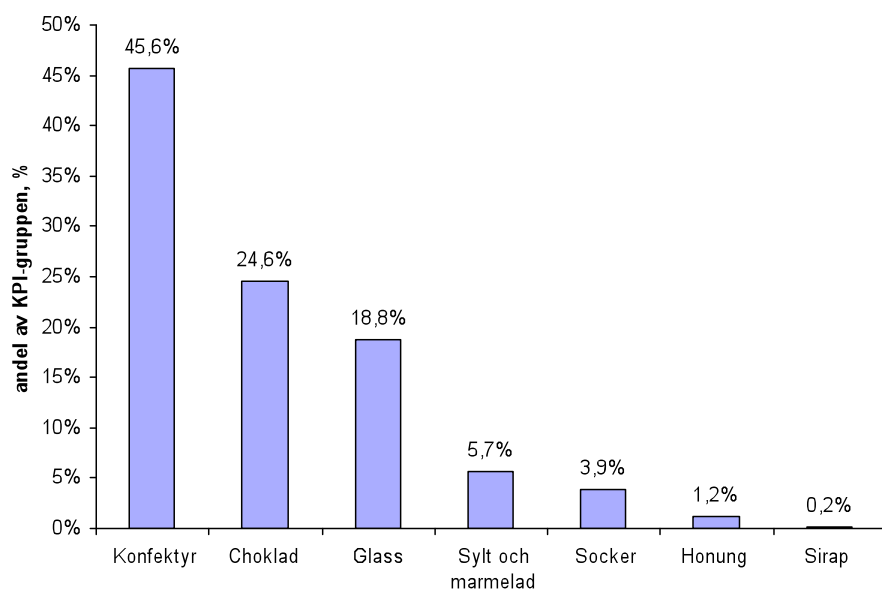


Figur 10 Innehåll i KPI:s delindex för grönsaker, varornas andel i procent, 2010

Källa: SCB, egna beräkningar

2.1.1.8 Sötsaker och glass

Sötsaker och glass utgör närmare 11 procent av gruppen livsmedel och alkoholfria drycker i KPI. Gruppen sötsaker och glass har under de flesta åren sedan år 2000 haft en långsammare prisutveckling jämfört med konsumtionsvaror i genomsnitt. År 2009 skedde en ökning, och procentuellt sett ligger gruppen bland de livsmedelsgrupper som ökade mest i pris. Konfektyr, choklad och glass har de största andelarna i KPI:s delindex för sötsaker och glass. I gruppen ingår också sylt och marmelad, socker, honung och sirap, i små andelar.



Figur 11 Innehåll i KPI:s delindex för sötsaker och glass, varornas andel i procent, 2010

Källa: SCB, egna beräkningar

Konsumtionsutvecklingen av choklad och konfektyr visade på en viss minskning de senaste åren till och med 2007, och konsumtionen verkade ha stabiliserats på en nivå kring 15,2 kg/person. Eftersom konsumtionen inte ökade trots att konsumentprisutvecklingen under samma period var måttlig tycks andra faktorer såsom hälsotänkande, ha påverkat konsumtionen av sötsaker och glass mer än priset. På samma sätt konstaterar vi också i avsnitt 4.2 nedan att försäljningen i detaljhandeln av konfektyrer, choklad och glass ökade 2008, medan prisutvecklingen då var densamma som konsumentprodukter i övrigt.

Socketpriserna på världsmarknaden steg markant under 2009 och nådde de högsta nivåerna på ca 30 år beroende på lägre produktion i världen än tidigare år. Men kostnaden för råvaran utgör ofta en relativt liten del av produktens värde, och därmed är råvaruprisets påverkan på slutproduktens pris i butik begränsad.

2.1.1.9 Övriga livsmedel

Gruppen övriga livsmedel är en av de mindre grupperna i KPI för livsmedel och alkoholfria drycker, och därmed i hushållens livsmedelsbudget. Andelen är knappt 5 procent. Gruppen består av salt (2 procent); kryddor och såser (63,2 procent); samt jäst, soppor, barnmat med mera (34,8 procent). Den del av gruppen som ökat mest är kryddor och såser, sedan kommer salt.

2.2 Sammanfattande kommentarer

I detta avsnitt har vi tittat på prisutvecklingen för livsmedel som grupp, dels ur ett längre perspektiv och dels för de senaste två åren. Vi har jämfört utvecklingen mellan de olika undergrupperna inom livsmedel och tittat på vilka varor inom undergrupperna som har bidragit mest till gruppens prisutveckling. Vi har också resonerat något kring orsaker till prisutvecklingen inom respektive undergrupp.

Vi konstaterade bland annat att mellan 2008 och 2009 steg priserna mer för alla livsmedelsgrupper än för konsumentprodukter i övrigt. Mest steg priserna för frukt samt övriga livsmedel, men även sötsaker och glass, fisk samt kött. Vi har redan berört några produktspecifika möjliga orsaker till prisökningarna för respektive livsmedelsgrupp, men finns det också någon gemensam faktor som gör att just dessa grupper har ökat mer än vissa andra livsmedelsgrupper? Något som är gemensamt för dessa varugrupper är att de omfattas av en betydande internationell handel. Exempelvis importerar Sverige en stor del av konsumtionen av frukt, vissa frukter produceras inte alls i Sverige (exempelvis bananer, citrus, exotiska frukter), medan andra produceras under en viss del av året (exempelvis äpplen och jordgubbar). Även konsumtionen av kött består till en betydande del av import. För nötkött är den svenska självförsörjningsgraden ca 60 procent, för lamm är den ca 35 procent, för gris ca 80 procent och fågel ca 70 procent. Den svenska konsumtionen av fisk består också till stor del av importerade varor enligt Fiskeriverket och Svensk Fisk.

I nästa avsnitt ska vi titta mer på vilka faktorer som kan påverka prisutvecklingen för livsmedel i allmänhet, med tyngpunkt på de senaste två åren. Vi resonerar också mer kring varför ovan nämnda livsmedelsgrupper har ökat mer i pris än andra mellan 2008 och 2009.

3 Orsaker till prisutvecklingen

3.1 Matpriserna påverkas av många faktorer

Eftersom vi inte har tillgång till statistik för de olika kostnadernas andel av priset, och således hur mycket de påverkar matpriserna i slutänden, kan vi bara resonera kring dessa. Nedanstående bild listar exempel (icke uttömmande) på faktorer som vi vet eller tror påverkar matpriserna. Utan att göra någon värdering av faktorerna kan vi konstatera att de mer eller mindre påverkar slutpriset i butik.

Inflation	Världsekonomin	Marknadsföring
Ränta	Växelkurs	Lagerkostnader
Skatter	Råvarukostnader	Svinn
Lönekostnader	Förpackningskostnader	Märkning
Energikostnader	Utbud	Vinstmaximering
Efterfrågan	Konkurrens	Transportkostnader
Teknikutveckling	Distributionskostnader	Effektivitet i olika led
Kostnader för övriga insatsvaror		

Källa: Egen konstruktion

Vi lämnar de rent företagsekonomiska faktorerna och tittar närmare på några yttre faktorer som påverkar priserna på livsmedel i butik. Vi delar in dem i den svenska ekonomin, råvarumarknaden, konkurrenssituationen i livsmedelskedjan och konsumenternas efterfrågan.

3.1.1 Ekonomin

Matpriserna påverkas av läget i den svenska ekonomin, både genom utbuds- och efterfrågesidan. Den svenska ekonomin påverkas i sin tur av det ekonomiska läget i EU och världen. Exempel på faktorer inom ekonomin som påverkar livsmedelspriserna är räntenivåer, skatter, växelkurs, inflation, lönekostnader, energipriser, kostnader för övriga insatsvaror. Det ekonomiska läget i Sverige 2009 präglades mycket kortfattat av lågkonjunktur, historiskt låg ränta och en försvagad krona. Jämfört med genomsnittet 2008 var också oljepriserna lägre och inflationen lägre.

Lågkonjunkturer innebar att ekonomin stramades åt och konsumenter, företag och offentlig sektor försöker i sådana lägen att hålla extra hårt i pengarna. När det gäller matkonsumtionen konstaterar vi att mat alltid behövs och det finns en gräns för hur mycket konsumenterna kan spara in, men det är allmänt känt att vi blir mer prissmedvetna i kristider. Konsumtionsmönstren ändras också, vilket brukar innebära att försäljningen av lågprisalternativ och EMV (egna märkesvaror) får en skjuts uppåt. Detta tenderar att hålla i sig även efteråt, eftersom konsumenterna upptäcker att det inte

alltid är så stor skillnad mellan EMV och märkesvaror och väljer således den billigare även i fortsättningen.¹²

Den rekordlåga räntan under 2009 innebar ett gynnsamt läge för många delar av ekonomin, eftersom räntekostnaderna minskade och utgjorde en mindre del av de totala kostnaderna för konsumenter, företag och för statskassan. Oljepriserna påverkar också priset på en matvaras vandring genom de olika leden från jord till bord. År 2008 var ett år med extremt höga oljepriser. En annan faktor som påverkar matpriserna är hur den allmänna prisutvecklingen är, det vill säga inflationstakten. Om inflationstakten ökar kan den driva på prisutvecklingen för mat liksom för andra konsumtionsvaror. Årsmedeltalen för konsumentprisindex visade att inflationstakten var lägre för 2009 än för 2008 (- 0,3 procent jämfört med + 3,5 procent). En av anledningarna till att inflationstakten ökade 2008 var just de ökade matpriserna. Enligt SCB är också ökande livsmedelspriser en av anledningarna till att inflationstakten i Sverige är högre än i EU, där priserna på livsmedel istället sjunker.¹³

Den svenska marknaden för livsmedel är starkt integrerad med de internationella marknaderna och de priser som råder där påverkar de svenska priserna. Exempelvis påverkades Sverige liksom övriga delar av världen av de kraftiga prisökningarna på jordbruksvaror under 2007/2008. Den svenska kronans växelkurs har också inverkan på priserna som svenskarna får betala för maten. En svag växelkurs kan driva på inflationen i landet, dels genom ökad efterfrågan på svenska produkter (både från svenska och utländska konsumenter) och dels genom de ökade importpriserna. Vi har konstaterat att växelkursen har betydelse för de inhemska priserna, och detta borde vara mer påtagligt ju mer internationell handel det sker av en viss vara. För en vara där den största delen av den inhemska produktionen konsumeras på hemmamarknaden, och där den kan mätta den största delen av den inhemska efterfrågan (exempelvis konsumtionsmjölk), bör importpriserna spela en mindre roll jämfört med en vara där större delen av konsumtionen är importerad, som frukt. Fisk är ett annat exempel, och där är handeln i båda riktningarna, det vill säga både import och export, betydande. Vi har inte analyserat effekter för andra varuområden utöver livsmedel, men tror att livsmedel kan skilja sig från dessa genom att konsumenterna är relativt okänsliga för prisförändringar på livsmedel generellt (även om stora variationer förekommer ju längre ner i detaljgrad vi kommer). Växelkursen började att försvagas redan i mitten av 2008, och enligt Riksbanken har detta främst att göra med den internationella finansiella krisen.¹⁴

Lågkonjunktoren torde ha spelat in när matpriserna har ökat under de två senaste åren. Under 2008 torde också oljeprisernas utveckling spelat roll, liksom den ökade inflationstakten (som matpriserna i sin tur hjälpte till att driva upp), och under 2009 var det bland annat den försvagade växelkursen som torde ha bidragit till matprisernas fortsatta uppgång.

¹² Källa: Handels utvecklingsråd (2010)

¹³ Källa: SCB (2010b)

¹⁴ Källa: Riksbanken (2010a)

3.1.2 Råvarumarknaden

Råvarukostnaden för ett livsmedel är en del av alla kostnader som påverkar det slutliga priset till konsumenten. Alltsedan de kraftiga prisökningarna på spannmål i slutet av 2007 har det skrivits mycket om förändringar i råvarupriserna och effekter på matpriserna i butik. Många nationella och internationella myndigheter och organisationer med koppling till priserna på jordbruksvaror har vid flera tillfällen tagit upp och skrivit om orsakerna till prisökningarna på jordbruksprodukter, och detta ämne har varit flitigt förekommande i media. Det finns en rad förklaringar till de kraftiga prishöjningarna på jordbruksvaror 2007/2008, vilka i större eller mindre utsträckning haft effekt på respektive varuområde. Om detta kan man läsa mer t.ex. på EU-kommissionens eller OECD:s webbplatser.

Matpriserna i svenska butiker följde med i de kraftiga prisökningarna på jordbruksprodukter på världsmarknaderna i slutet av 2007 och början av 2008. När sedan världsmarknadspriserna föll tillbaka skedde en viss nedgång även för priserna i butik. Priserna på råvaror på världsmarknaden och butikspriserna på maten samvarierade dock inte fullständigt, vilket är helt naturligt med tanke på att det som nämnts finns flera faktorer än råvarupriset som påverkar butikspriset. EU-kommissionen har dessutom i vissa studier konstaterat att det råder en asymmetri i prisbildningen mellan råvaror och butikspriser som det är svårt att motivera. Dessa frågor och frågor om konkurrens och styrkeförhållanden i hela livsmedelskedjan har varit föremål för diskussioner i särskilda expertgrupper inom EU (se avsnitt 3.1.3 nedan). Jordbruksverket har i en studie beträffande mjölk konstaterat en liknande asymmetri mellan råvaruprisets och butiksprisets utveckling¹⁵. EU-kommissionen har i utredningar under hösten 2009 visat att så är fallet för flera jordbruksprodukter.

Man brukar också tala om att EU:s jordbrukspolitik påverkar priserna i butik. Det är främst de så kallade prisstöden man då avser. Exempel på prisstöd är exportbidrag och intervention. Intervention innebär förenklat att lantbrukaren kan sälja sin jordbruksvara till ett statligt interventionslager, till ett garanterat pris. Därmed får han ut ett visst pris även om det inte går att sälja varan på marknaden till det priset. På så vis bidrar man till att hålla priserna uppe, eftersom utbudet minskar, vilket får effekt för konsumenterna i form av högre priser. EU:s jordbrukspolitik har genomgått en rad reformer under de senaste två decennierna, vilka har bidragit till att jordbruksstöden ska vara mindre prishöjande och mer inriktade på att garantera jordbrukarna en skälig inkomst. Förändringarna innebär dessutom att prissvängningar på världsmarknaden i högre grad kan förväntas slå igenom på livsmedelspriserna i Sverige. Jordbrukspolitikens påverkan på priserna varierar dock mellan olika produkter.

Produktionsvärdet för det svenska jordbruket beräknas vara lägre 2009 jämfört med 2008. Även kostnaderna blev lägre. Spannmålsskörden i världen för 2009/2010 har enligt senare prognoser justerats upp förhållandevis mycket och beräknas numer till att endast vara ca 1 procent lägre än rekordskörden 2008. Priserna för spannmål har hittills under 2009/10 varit förhållandevis låga beroende på god tillgång av spannmål i världen. Producentpriset på mjölk föll kraftigt vid årsskiftet 2008/2009 men har delvis återhämtat sig under andra halvåret 2009. Mjölkpriserna steg på världsmarknaden under hösten 2009, till följd av ökad efterfrågan och minskad mjölkproduktion i vissa

¹⁵ Källa: Jordbruksverket (2009d)

delar. Producentpriset på nötkött har varit stabilt under året, men på en lägre nivå än för 2008. Motsvarande pris på griskött visade ett motsatt mönster med ett högre pris 2009 än 2008.¹⁶

3.1.3 Konkurrenssituationen i livsmedelskedjan

Konkurrensen i livsmedelskedjan påverkar också livsmedelspriserna som konsumenterna får betala i butik. EU-kommissionen har inlett ett arbete där man bland annat ska se över konkurrensen och undersöka prissättningen i olika led i livsmedelskedjan. I Konkurrensverkets rapport (2009b) framgår fördelningen av marknadsandelar mellan aktörerna i detaljhandeln. Den visar att de fyra största inom dagligvaruhandeln (Ica, KF, Axfood-sfären och Bergendahls-sfären) stod för närmare 85 procent av marknaden 2007, Netto stod för 1,3 procent, Lidl för 2,2 procent och övriga för 11,6 procent¹⁷. Enligt samma rapport bidrog lågpriskedjornas inträde på den svenska marknaden till att konkurrensen skärptes (Netto etablerade sig 2002 och Lidl 2003). Även utvecklingen av stormarknader leder till prispress.

I media har det ibland lyfts fram att förädlings- och detaljhandelsleden har utnyttjat situationen med ökade priser på jordbruksprodukter. I en studie som Konkurrensverket har gjort¹⁸ studeras om kostnadsökningar i de tidigare leden i produktionskedjan för livsmedel har resulterat i ökade priser för de svenska slutkonsumenterna, eller om kostnadsförändringarna absorberas i de olika leden mellan konsumenterna och producenterna. Studien visar bland annat att konsumenterna som kollektiv är den part i livsmedelskedjan som relativt sett har påverkats minst av de stigande priserna på spannmål 2007/2008.¹⁹

3.1.4 Konsumenternas efterfrågan

Konsumenternas preferenser styr vad och hur mycket som säljs och detta har i sin tur en påverkan på priset. Konsumenterna är egentligen en mycket heterogen grupp där preferenserna kan skilja ganska mycket från person till person. Men i dessa sammanhang brukar man tala om konsumenterna som ett kollektiv, som då blir en homogen grupp. Vi säger till exempel att konsumenternas efterfrågan på livsmedel inte är så känslig för prisförändringar, och det beror på att mat är en nödvändighet. Då talar vi också om livsmedel som grupp. Skillnader förekommer sedan mellan varugrupper, bland annat beroende på hur nödvändig varan är, hur stor andel den utgör av den totala hushållskassan och hur många alternativ det finns till varan. Ju mer nödvändig desto mindre priskänslighet, ju större andel av hushållskassan desto större priskänslighet, och ju fler alternativ det finns till en viss vara, desto större priskänslighet. Priskänsligheten påverkas också av tiden, vilket innebär att efterfrågan på kort sikt är mindre känslig för prisförändringar än efterfrågan på lång sikt, eftersom det kan ta en viss tid för konsumenterna att anpassa sig till nya prisförhållanden.²⁰ Detta kan till exempel

¹⁶ Källa: Jordbruksverket (2010)

¹⁷ Källa: Konkurrensverket (2009b)

¹⁸ Källa: Konkurrensverket (2009b) Bilaga ”Utvecklingen av relativpriserna i livsmedelssektorn 2005-2008”

¹⁹ De livsmedelsgrupper som omfattades av studien var bröd och spannmålsprodukter, kött samt mjölk, ost och ägg.

²⁰ Mer om detta går att läsa i Jordbruksverket (2009b)

innebära att lågkonjunkturen ger effekter under flera år och det är därmed intressant att bevaka konsumtionsutvecklingen för de närmaste åren.

Konsumenterna kan påverka utvecklingen ganska mycket genom sina konsumtionsval på detaljnivå. Exempelvis leder en ökad efterfrågan på ekologiskt, närproducerat och rättvisemärkt till att utbudet på sådana varor ökar i butikerna. På olika sätt framgår att priset är en viktig faktor för konsumenterna när det gäller val av mat. I Coop-rapporten 2008²¹ till exempel, svarar 55 procent att priset spelar störst roll vid val av vara. Priset var det näst viktigaste kriteriet av åtta, viktigast var varans kvalitet som 61 procent hade kryssat för. När matpriserna steg som mest under 2008 talades det i media om ändrade konsumtionsvanor framförallt gällande kött, dessutom en generell övergång till lågprisalternativ. Enligt Nielsen (2009) finns vissa generella kännetecken för köpbeteendet i kristider:

- En allmänt högre prisedvetenhet
- Fler besöker en butik för att bara köpa kampanjprodukten
- Kampanjer får större utslag
- Högre benägenhet att prova andra/nya varor
- Reducerar inköp och köper endast det viktigaste.
- Provar nya butiker i större utsträckning.

Enligt SCB:s försäljningsstatistik ökade andelen EMV i dagligvaruhandelns försäljning av livsmedel och alkoholfria drycker mellan 2007 och 2008, från 13 procent till 14 procent. De varugrupper för vilka andelen EMV ökade var kött (från 17 procent till 19 procent), fisk (från 22 procent till 23 procent), mjölk, ost och ägg (från 6 procent till 7 procent), samt oljor och fetter (från 7 procent till 8 procent)²². En effekt 2008 kan vara att konsumenterna till viss del gått över till EMV när priserna steg som mest. Dessutom har Konkurrensverket konstaterat att lågpriskedjornas inträde på den svenska marknaden kring 2002-2003 hade en dämpande effekt på livsmedelspriserna under de åren och efterföljande år²³. Om konsumenterna inte hade haft preferens för lågprisalternativen hade de företag som specialiserat sig på detta fått lämna marknaden och slutat bidra till prispress. På så vis kan man säga att konsumenternas val påverkar priserna. Ovan nämnda studier om hur konsumenterna agerar i kristider visar också att det finns utrymme för EMV.

Samtidigt är inte priset den enda variabeln som bestämmer konsumenternas köpbeteenden. De senaste åren har präglats av trender kopplade till kvalitet, ekologisk mat, hälsa, miljö, klimat och olika typer av märkning. Vi kan således konstatera att priset snarare är en del av ett koncept som konsumenterna efterfrågar, konsumentorganisationerna brukar nämna att konsumenterna utgår från en varas prisvärdhet, det vill säga att de får en viss kvalitet till ett visst pris. Inte minst visar resultatet i Coop-rapporten att priset inte är den enskilt viktigaste faktorn vid val av vara, det är istället varans kvalitet. Men de två ligger i topp, och prisvärdhet handlar om en kombination av kvalitet och pris.

²¹ Baserat på en medlemsenkät och omfattade totalt 26 000 KF-medlemmar.

²² Källa: SCB (2009)

²³ Källa: Konkurrensverket (2009a)

3.2 Sammanfattande kommentarer

Vi har tittat på ett antal faktorer inom olika områden som i större eller mindre utsträckning påverkar matpriserna i butik. Förutom rent företagsekonomiska faktorer kan det gälla faktorer inom ekonomin i stort, på råvarumarknaden för jordbruksprodukter, konkurrenssituationen och utbud inom livsmedelskedjan och konsumenternas efterfrågan. Vi har inte någon statistik över fördelningen av marknadsandelar mellan dagligvarukedjorna efter 2007 och kan därmed inte analysera hur konkurrensen i livsmedelskedjan påverkat prisutvecklingen under de senaste åren. Några faktorer som har en prisdämpande effekt är utvecklingen av marknadsandelar för EMV, förekomsten av lågpriskedjor, importen från lågprisländer samt förflyttning av försäljning från småbutiker till stormarknader.

Vi sammanfattar de två senaste åren nedan. Hur påverkas sedan konsumenterna av prisutvecklingen som har skett? Det tittar vi på i nästa avsnitt.

2008

- Höga priser på jordbruksvaror – priserna ökar också i butik.
- Lågkonjunkturer startar i världen – ekonomierna stramas åt och konsumenterna blir mer prismsedvetna. Efterfrågan på lågprisalternativ ökar.
- Inflationstakten stiger i Sverige – matpriserna ökar ännu mer.
- Oljepriserna stiger i världen – kostnaderna ökar i livsmedelskedjan.
- Klimatdebatt.

2009

- Priserna på jordbruksvaror sjunker – borde dämpa prisutvecklingen på mat.
- Fortsatt lågkonjunktur – fortsatt stramt läge i ekonomin.
- Lägre inflationstakt än 2008 (årsmedel) – borde dämpa prisutvecklingen på mat.
- Försvagad krona – bidrar till prisökningarna på mat.
- Klimatdebatt.

4 Konsekvenser av prisutvecklingen

Prisförändringar på mat har förstås olika betydelse beroende på vilken inkomst och livssituation man har, och därför blir konsekvenserna olika för olika konsumenter. Troligt är att prisökningar på mat får relativt stor effekt för till exempel en ensamstående förälder med flera barn och låg inkomst, där kostnaden för mat utgör en stor del av konsumtionen. Här nedan försöker vi titta på konsekvenserna i stort, för konsumenterna som grupp.

4.1 Konsumenternas priskänslighet

Konsumenterna är relativt okänsliga för prisförändringar på mat. I ekonomisk teori talar man om konsumenternas känslighet för prisförändringar på en viss vara som efterfrågans egenpriselasticitet. Denna mäter känsligheten för förändringar i priset för en enskild produkt, det vill säga den procentuella förändringen i efterfrågad kvantitet vid en förändring på 1 procent av priset. I tabellen nedan framgår egenpriselasticiteterna för sju produktgrupper i Sverige för 2006. Tabellen visar att kött är det område där känsligheten för prisförändringar är som störst och den är som lägst för potatis och potatisprodukter. Värdet för köttgruppen överstiger 1, och då kallas det att efterfrågan är elastisk. Detta innebär att den procentuella förändringen av efterfrågad kvantitet är större än den procentuella förändringen av priset. Påverkan på konsumtionen blir alltså större än prisförändringen, vilket gör att prishöjningar får en relativt stor effekt på konsumerad kvantitet. Det är också den bild vi fått efter prisökningarna på främst nötkött i början av 2008, att konsumenterna svarade ganska snabbt genom att ändra konsumtionsmönstren. Inom gruppen kött ser egenpriselasticiteterna lite olika ut, och studier visar att egenpriselasticiteten för just nötkött brukar vara bland de högsta inom gruppen. När priserna ökade på nötkött våren 2008 sades konsumenterna byta från dyrare kött detaljer till mindre dyra detaljer, och från nötkött till fläskkött och kycklingkött. Vi vet också att kyckling är det köttslag som konsumenterna byter till oftast när priserna på olika köttslag inom köttgruppen ökar, enligt källor från branschen samt egna beräkningar²⁴. Potatis och potatisprodukter är i detta avseende motsatsen till kött, vilket innebär att känsligheten för prisförändringar är som minst för denna grupp. Att notera är att priskänsligheten kan vara mycket större inom en varugrupp, exempelvis är konsumenterna mer priskänsliga för olika märken av ketchup än för ketchup som produkt.²⁵ Därmed spelar priset på den enskilda varan större roll eftersom det finns en liknande produkt fast av ett annat märke, som man kan välja istället.

²⁴ Källa: Jordbruksverket (2009b)

²⁵ Källa: Penson m.fl. (2006)

Tabell 2 Egenpriselasticiteter (i absoluta tal) för sju livsmedelsgrupper i Sverige

Produktgrupp	2006
Bröd och spannmålsprodukter	0,75
Kött och köttvaror	1,12
Fisk, skaldjur och blötdjur	0,31
Mjölk, grädde, ost och ägg	0,44
Frukt och bär	0,43
Grönsaker	0,59
Potatis och potatisprodukter	0,14

Källa: Jordbruksverket (2009b)

Något som också påverkar egenpriselasticiteten är hur stor andel av hushållens matbudget som en särskild varugrupp har. Kött utgör en relativt stor andel, och det märks då snabbare i plånboken om priserna går upp. Basvaror som potatis och mjöl utgör en mindre del, och det krävs då större prisökningar för att de ska ge effekt i plånboken. Detta framgick också 2008, då det konstaterades att mjöl och pasta var två av de matvaror som ökade mest i pris, men att det inte hade någon större effekt i försäljningen. Dock kan vi se av tabell 1 att egenpriselasticiteten för bröd och spannmålsprodukter är relativt hög, jämfört med t.ex. frukt, som enligt många studier har en högre priselasticitet än t.ex. mjöl. Men vi förklarar detta med att gruppen bröd och övriga spannmålsprodukter innehåller en stor del vidareförädlade produkter, vilket brukar vara ett tecken på att det inte handlar om basvaror (basvaror som mjöl utgör bara en liten del av gruppen).

4.2 Vi lägger mindre andel av inkomsten på mat än förr

Andelen av total konsumtion som läggs på inköp av mat och alkoholfria drycker har legat stabilt kring 12 procent under perioden 2000-2009, sett både utifrån löpande och fasta priser²⁶. Detta framgår av tabell 3 nedan. Om andelen anges i löpande priser återspeglas prisförändringar och om andelen anges i fasta priser återspeglas volymförändringar. 2007 låg andelen i löpande priser på 11,7 %. 2008 och 2009 hamnade andelen på 12 % respektive 12,3 %. Det är svårt att dra några slutsatser kring andelen, eftersom skillnaderna mellan åren är så små. 2009 års siffra är den högsta på 2000-talet, och möjligen kan man säga att trenden med en sjunkande andel av hushållens totala konsumtion, sett ur ett längre perspektiv, tycks vara bruten. 2007 låg andelen i fasta priser på 12,1 %, och hamnade på 12 % respektive 12,2 % år 2008 och 2009. Här är förändringarna ännu mindre, och tyder på att inköpen av livsmedel sett till volym inte har ändrats så mycket under de senaste åren.

²⁶ Källa: SCB

Tabell 3 Andelen livsmedel och alkoholfria drycker av hushållens totala utgifter, 2000-2009

År	Löpande priser	Fasta priser
2000	11,5 %	11,8 %
2001	11,9 %	12,1 %
2002	12,1 %	12,1 %
2003	12,0 %	12,1 %
2004	11,7 %	12,1 %
2005	11,5 %	12,0 %
2006	11,6 %	12,2 %
2007	11,7 %	12,1 %
2008	12,0 %	12,0 %
2009	12,3 %	12,2 %

Källa: SCB Nationalräkenskaperna

Jämfört med förr är det stor skillnad på hur stor del av konsumtionen som läggs på matinköp. Vägningstalet för livsmedel och alkoholfria drycker i konsumentprisindex (KPI) är ett mått på hur stor del livsmedel utgör av hushållens inkomster. Vägningstalen för de olika grupperna i KPI bestäms nämligen utifrån hur stor del av konsumtionen grupperna utgör. Siffror från äldre KPI-serier visar att livsmedel (dock inklusive ”förtäring utanför hemmet”²⁷) utgjorde 33 procent av KPI 1955, närmare 29 procent 1965 och dryga 25 procent 1975²⁸. 1980 var vägningstalet 20 procent, och då ingick inte restaurangbesök.

En anledning till den minskade andelen är att inkomsterna också har ökat. Vi har inte lagt mindre pengar på mat, snarare tvärtom. Men den successiva ökningen stannade av år 2008. Det var första året under 2000-talet som försäljningsvolymerna inte ökade²⁹. Här spelar säkerligen de höga matpriserna och lågkonjunkturen en viss roll, även om lågkonjunkturen sannolikt har påverkat inköp av andra varor i större utsträckning. Debatten om klimatförändringar spelar troligtvis också en viss roll. Debatten har lett till att medvetandet hos konsumenterna om bland annat hur den mat vi slänger påverkar klimatet har ökat. Om konsumenterna inte slänger lika mycket mat som förr kan detta delvis förklara varför inköpen har minskat något.

Figur 11 visar utvecklingen av hushållens utgifter för de två grupperna livsmedel och alkoholfria drycker samt restauranger, caféer, hotell och annan övernattningsservice under perioden 2000-2009 (fasta priser med 2008 som referensår). Dessutom framgår i

²⁷ År 1980 ändrades basår för KPI till 1980, och en del förändringar gjordes i produktgrupperna.

Exempelvis tillkom gruppen restauranger och logi, tidigare hade t.ex. restaurangbesök legat i gruppen livsmedel.

²⁸ Källa: SCB

²⁹ Källa: SCB (2009)

figuren den totala konsumtionen. Att notera är att gruppen restauranger, caféer, hotell och annan övernattningsservice även omfattar utgifterna för logi (Vi kallar denna grupp för restauranger och logi i fortsättningen).

Figuren visar att utvecklingen varit positiv under flera år på 2000-talet, både för grupperna livsmedel och alkoholfria drycker, restauranger och logi samt för konsumtionen i stort. År 2008 skedde som sagt ett trendbrott för livsmedel och för den totala konsumtionen. Enligt SCB:s livsmedelsförsäljningsstatistik 2008³⁰ var den försäljningsökning (i löpande priser) som märktes inom detaljhandeln helt beroende på prisökningen på livsmedel det året.

Variationer mellan varugrupper förekommer dock, exempelvis ökade försäljningsvärdet för sötsaker mellan 2007 och 2008 med 6,4 procent, vilket är mer än prisökningen för sötsaker under samma period på 3,5 procent³¹. Detta tyder på att volymerna för denna grupp ökade. Konfektyr-, choklad-, och glassförsäljningen (som utgjorde 89 procent av hela varugruppen) visade 2008 på det högsta försäljningsvärdet under 2000-talet. Enligt tabell 1 ovan bröts trenden med en långsammare prisutveckling för sötsaker och glass mellan 2007 och 2008, jämfört med den allmänna prisutvecklingen. Istället var prisutvecklingen densamma som för konsumentprodukter i genomsnitt. Därmed kan vi konstatera att det inte skett någon generell prissänkning för sötsaker 2008, och det är därmed inte priset som har styrt den ökade försäljningen. Det finns indikationer på att en lågkonjunktur inte nödvändigtvis dämpar konsumtionen av sötsaker. Enligt Handels Utredningsinstitut³² har det visat sig att godis är en storsäljare även i lågkonjunktur. Produktutveckling samt att mörk choklad ofta framhålls som rik på antioxidanter och därmed har fått klangen av ett nyttigt alternativ kan också ha bidragit till konsumtionsökningen³³.

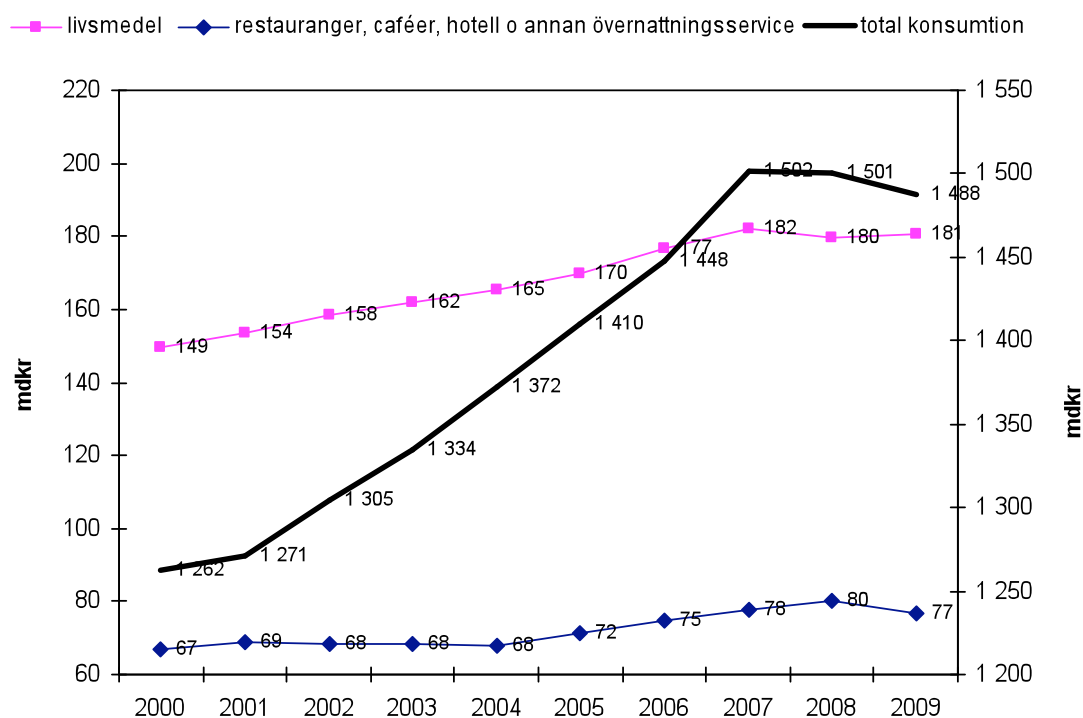
Gruppen restauranger och logi fortsätter däremot med en ökning även 2008, men minskade istället 2009. Då ökade däremot konsumtionen av livsmedel och alkoholfria drycker något, men nivån är ungefär densamma som både 2007 och 2008. Den totala konsumtionen fortsatte nedåt även 2009.

³⁰ Källa: SCB (2009)

³¹ Källa: SCB (2009)

³² Källa: www.hui.se

³³ Källa: Louise Ungerth, Konsumentföreningen Stockholm



Figur 12 Hushållens utgifter för livsmedel och alkoholfria drycker, restauranger och logi samt total konsumtion, fasta priser, referensår 2008, mkr, 2000-2009

Källa: SCB

Varför ökade utgifterna för restauranger och logi 2008 och minskade 2009? Hur påverkas uteätandet av ökade matpriser och av lågkonjunktur? Vi får återkomma till den frågan i en kommande rapport.

4.3 Kan man påverka konsumtionen med skatten?

De val vi gör när vi äter påverkar vår hälsa. Vi vet att konsumtionen av fett och socker är för hög i Sverige och att vi borde äta mer frukt och grönsaker. Om vi skulle äta mindre fett och socker och mer frukt och grönsaker så vet vi att det har en positiv påverkan på folkhälsan. Jordbruksverket publicerar årligen statistik över den svenska konsumtionen av livsmedel. Utifrån statistiken kan vi dra vissa slutsatser om svenskarnas matvanor, om än med viss eftersläpning. Av statistiken framgår det till exempel att det skett relativt små förändringar av konsumtionen av bakverk och konfektyrvaror fram till och med år 2007³⁴. Detta gäller framför allt konsumtionen av produkter som kex, rån och torra småkakor, mjukt matbröd, knäckebröd och flatbröd. De stora prisförändringarna för smör och skummjörkspulver under år 2007 verkar inte ha haft nämnvärda effekter på konsumtionen.

En viss trend kan dock ses under de senaste åren för de produkter som innehåller större mängder fett och socker, det vill säga bakelser, tårter, bullar, vetelängder samt choklad och konfektyrvaror. Konsumtionsutvecklingen av dessa produkter visar en viss minskning de senaste åren, även om konsumtionen av choklad och konfektyrvaror verkar ha stabiliserats på en nivå kring 15,2 kg/person och konsumtionen av bullar,

³⁴ Källa: Jordbruksverket (2009c)

vetelängder med mera ökat 2007. Den nedåtgående trenden kan i sin tur ha positiva effekter på folkhälsan och kan vara en effekt av den debatt som pågått under senare år avseende kost och fetma. Samtidigt har vi konstaterat ovan att försäljningen av sötsaker ökade 2008, möjligtvis till följd av lågkonjunkturen. Detta får vi möjlighet att återkomma till när konsumtionsstatistiken för 2008 publiceras.

Att priskänsligheten är relativt låg för livsmedel generellt betyder att det många gånger kan vara svårt att få konsumenterna att köpa mer eller mindre av en viss produkt genom att styra prisnivån. Det är också svårt att härleda en konsumtionsutveckling till en prisförändring, eftersom det finns så många andra faktorer som påverkar konsumtionen. Det är till exempel inte säkert att en skatt på socker skulle få folk att äta mindre godis. Vi får komma ihåg att kostnaden för råvaran socker är en mycket liten del av slutpriset på godis. Alltså måste skatten på socker sättas mycket högt för att den ska få verkan. Motsvarande resonemang är också tillämpligt för fett.

4.4 Sammanfattande kommentarer

När det gäller mat är konsumenterna inte så känsliga för prisförändringar, men när det gäller enskilda produkter eller märken kan priskänsligheten vara mycket hög. En anledning till den relativa okänsligheten är att mat är en nödvändighet.

Vi kan konstatera att hushållen lägger en mindre andel av konsumtionen på mat i butik än förr, och att andelen för restauranger och logi har ökat. Vi kan inte se några stora variationer i andelen för livsmedel under 2000-talet, möjligen att trenden med en mindre och mindre andel är bruten. Försäljningen av livsmedel i daglivaruhandeln minskade förvisso 2008 sett till volym, vilket var första gången under 2000-talet. Men, lågkonjunkturen tycks ha påverkat andra varuområden än livsmedel i större utsträckning. Dessutom kan den avstannade utvecklingen i försäljningen av livsmedel också vara en effekt av den pågående klimatdebatten och att det framkommit att vi slänger så mycket mat.

Vi har också, bland annat mot bakgrund av den relativt låga priskänsligheten för livsmedel, konstaterat att det är svårt att uppnå effekt i konsumtionen av socker genom att införa en så kallad sockerskatt. Det finns också andra faktorer än priset som påverkar konsumtionen. Samma resonemang gäller för en eventuell fettskatt.

5 Frågor för fortsatt analys

- Varför ökade utgifterna för restauranger och logi 2008 och minskade 2009? Hur påverkas uteätandet av ökade matpriser och av lågkonjunktur?
- Varför ökar priserna på frukt i snitt mer än för andra livsmedelsgrupper?
- Varför stiger priserna på vissa livsmedel i Sverige, medan de sjunker i EMU?

Referenser

ATL Lantbrukets Affärstidning (2009), ”Mer importkött på tallriken”, 2009-04-17

Coop (2008), *Coop rapporten 2008*,
http://www.coop.se/upload/modul/coopse/om_coop/coop-rapporten_2008_7.pdf, (2009-02-26).

Fiskeriverket, Ylva Mattsson

Handelns Utvecklingsinstitut, www.hui.se

Handelns Utvecklingsråd, www.hur.nu

Jordbruksverket (2006), *Tio år i EU – effekter för konsumenterna*, rapport 2006:6.

Jordbruksverket (2009a), *Livsmedelskonsumtionen 1960-2006*, statistikrapport 2009:2

Jordbruksverket (2009b), *Konsumtionsförändringar vid ändrade matpriser och inkomster – Elasticitetsberäkningar för perioden 1960-2006*, rapport 2009:8

Jordbruksverket (2009c), *Konsumtionen av livsmedel och dess näringsinnehåll. Uppgifter t.o.m. år 2007*, statistikrapport 2009:5

Jordbruksverket (2009d), ”*Analys av prisförändringar i olika prisled för mjölk*”, pm 2009-11-17

Jordbruksverket (2010) ”*Jordbrukets utveckling. Lägesrapportering nr 15*”, 2010-03-08

Konkurrensverket (2009a), ”*Konkurrensen på dagligvarumarknaden*”, Uppdragsforskningsrapport 2009:2

Konkurrensverket (2009b), ”*Åtgärder för bättre konkurrens - konkurrensen i Sverige*”, rapport 2009:4

Konsumentföreningen Stockholm, Louise Ungerth

Penson, J, Capps, O, Parr Rosson III, C och Woodward, R, [2006], *Introduction to Agricultural Economics*, Fourth edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey, USA.

Riksbanken (2010a), *Kronans växelkurs 2009*, www.riksbanken.se

Riksbanken (2010b), *TCW-index (Total Competitiveness Weights)*, www.riksbanken.se

Statistiska Centralbyrån, Muhanad Sammar

Statistiska Centralbyrån (2000) Statistiskskolan ”*Följa konsumentpriser*”, ValfärdsBuletinen Nr 2 2000

Statistiska Centralbyrån (2008) Statistiskskolan ”*Håll priserna fasta*”, Valfärd nr 3 2008

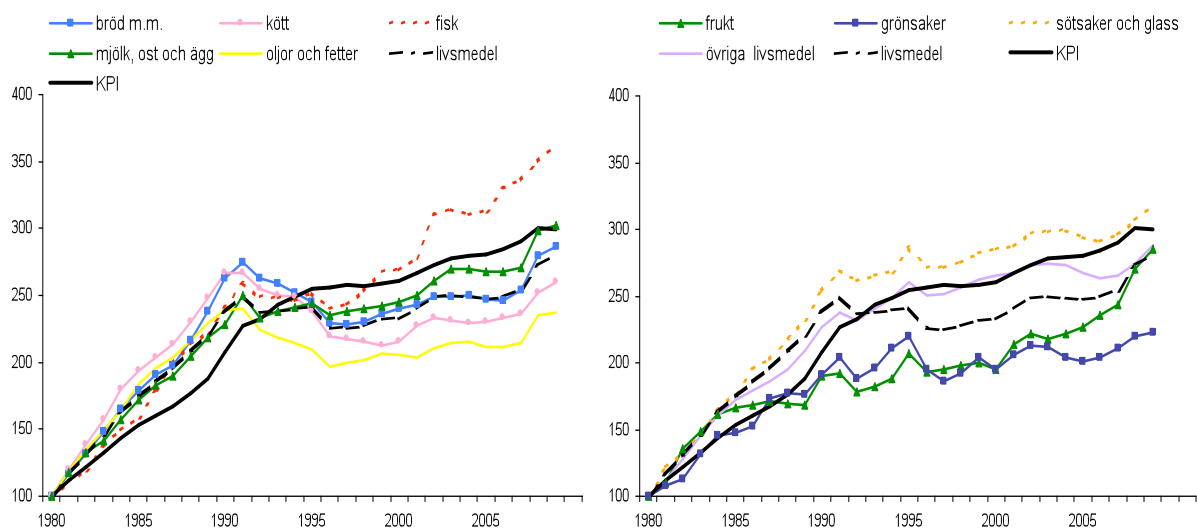
Statistiska Centralbyrån (2009), *Livsmedelsförsäljningsstatistik 2008*, Statistiska Meddelanden, HA 24 SM 0901

Statistiska Centralbyrån (2010a), *Jordbruksstatistik årsbok 2009*

Statistiska Centralbyrån (2010b), "*Konsumentprisindex (KPI), februari 2010: Konsumtionstakten åter över en procent*", pressmeddelande från SCB, 2010-03-11

Svensk Fisk, Karin Fagerståhl

Bilaga



Figur 12a och 12b Utvecklingen av KPI (konsumentprisindex) totalt och för livsmedelsgrupperna, 1980-2009 (1980=100)

Källa: SCB

Tabell 3 Förändring av prisutvecklingen mellan 2008 och 2009, fördelat per område i KPI

	Procentuell förändring 2008-2009
11 restauranger och logi	3,0 %
01 livsmedel och alkoholfria drycker	2,9 %
02 alkoholhaltiga drycker och tobak	2,8 %
12 diverse varor och tjänster	2,3 %
05 inventarier och hushållsvaror	1,7 %
03 kläder och skor	1,5 %
06 hälso- och sjukvård	0,8 %
07 transport	0,6 %
09 rekreation och kultur	0,5 %
Totalt KPI	-0,3 %
08 post och telekommunikationer	-3,1 %
04 boende	-4,6 %

Källa: SCB

Tabell 4 Utvecklingen av KPI för utvalda produkter i studien, 2005-2009 (2005=100), samt procentuell förändring mellan 2008 och 2009 respektive 2005 och 2009

	2005	2006	2007	2008	2009	2008/2009	2005/2009
Vetebröd	100	100,71	103,67	111,92	114,26	2,1%	14,3%
Wienerbröd	100	101,34	105,12	112,98	115,81	2,5%	15,8%
Småkakor	100	99,84	98,13	102,25	102,34	0,1%	2,3%
Hårt bröd	100	96,13	100,02	110,19	110,03	-0,1%	10,0%
Ris	100	100,88	103,92	114,56	122,25	6,7%	22,3%
Pasta	100	99,72	101,4	124,03	128,26	3,4%	28,3%
Spannmålsbaserade maträtter	100	95,9	96,53	102,98	104,37	1,3%	4,4%
Kex och skorpor	100	98,63	99,94	106,36	108,41	1,9%	8,4%
Vällingpulver och mixer	100	97,29	100,74	104,04	102,5	-1,5%	2,5%
Flingor och snacks	100	98,43	99,42	103,33	104,82	1,4%	4,8%
Mjöl	100	99,2	110,22	134,53	130,06	-3,3%	30,1%
Gryn	100	99,46	103,83	112,59	113,95	1,2%	14,0%
Grovt bröd	100	100,55	105,64	113,26	115,13	1,7%	15,1%
Franska	100	100,75	107,5	124,67	129,27	3,7%	29,3%
Bakverk	100	98,77	100,79	109,07	111,53	2,3%	11,5%
Potatismjöl	100	99,47	101,09	98,44	98,59	0,2%	-1,4%
Sill/strömming	100	107,32	113,93	127,9	139,72	9,2%	39,7%
Torskfilé	100	112,75	129,79	147,8	128,65	-13,0%	28,7%
Djupfrost fisk	100	101,51	104,42	108,85	115,9	6,5%	15,9%
Djupfrysta skaldjur	100	99,91	100,17	102,9	115,67	12,4%	15,7%
Sillkonserver	100	97,78	97,39	100,87	107,89	7,0%	7,9%
Kaviar	100	99,24	97,29	97,35	99,26	2,0%	-0,7%
Rödspätta, filéad	100	107,46	112,49	118,97	111,6	-6,2%	11,6%
Gravad/rökt laxfisk	100	107,34	118,49	120,51	122,38	1,6%	22,4%
Fisk och skaldjursprod	100	99,37	102,52	107,31	111,31	3,7%	11,3%
Färs lax	100	124,73	120,31	130,9	133,63	2,1%	33,6%
Päron	100	113,76	111,28	141,36	151,43	7,1%	51,4%
Äpplen	100	111,47	120,18	137,16	130,4	-4,9%	30,4%
Apelsiner	100	108,27	120,14	131,24	130,82	-0,3%	30,8%
Bananer	100	98	95,24	98,87	110,28	11,5%	10,3%
Vindruvor	100	97,98	107,66	116,25	122,6	5,5%	22,6%
Avocado	100	99,59	96,83	107,14	112,4	4,9%	12,4%
Kiwi	100	128,65	136,89	144,11	140,6	-2,4%	40,6%
Djupfr bär och frukter	100	98	106,27	124,04	151,44	22,1%	51,4%
Nötter och torkad frukt	100	108,76	107,43	111,96	121,28	8,3%	21,3%
Frukt- och bärprodukter	100	100,07	101,89	106,18	121,61	14,5%	21,6%
Småcitrus	100	106,21	101,76	116,43	132,65	13,9%	32,7%
Citroner	100	88,1	105,93	155,83	117,69	-24,5%	17,7%
Honungsmelon	100	108,81	116,27	121,09	136,96	13,1%	37,0%
Potatis, paketerad	100	108,01	124,84	137,42	135,28	-1,6%	35,3%
Morötter, tvättade	100	100,63	101,95	109,2	108,22	-0,9%	8,2%
Vitkål	100	131,83	135,25	170,12	135,43	-20,4%	35,4%
Gul lök	100	105,94	142,1	113,62	108,64	-4,4%	8,6%
Tomater	100	95,55	96,02	96,11	99,39	3,4%	-0,6%
Gurka	100	108,1	103,03	107,56	127,63	18,7%	27,6%
Sallad	100	101,99	101,9	107,48	102,12	-5,0%	2,1%
Grönsakskonserver	100	97,17	101,34	109,01	117,89	8,1%	17,9%

Potatisprodukter	100	98,2	99,53	102,53	104,68	2,1%	4,7%
Salladskål	100	111,77	112,16	115,02	110,05	-4,3%	10,1%
Djupfrysta grönsaker	100	97,6	100,4	104,69	109,16	4,3%	9,2%
Ärter och bönor	100	95,65	94,32	103,3	111,85	8,3%	11,9%
Blomkål	100	109,71	112,12	112,39	129,84	15,5%	29,8%
Purjolök	100	121,47	92,44	101,93	116,51	14,3%	16,5%
Färska champinjoner	100	100,63	99,69	106,02	105,83	-0,2%	5,8%
Morötter, otvättade	100	105,43	113,54	116,32	107,29	-7,8%	7,3%
Potatis, lös vikt	100	108,83	125,8	143,84	130,44	-9,3%	30,4%
paprika	100	95,62	108,17	106,04	95,29	-10,1%	-4,7%
Potatis, kravmärkt	100	105,79	109,55	126,29	135,51	7,3%	35,5%
Morötter, kravmärkta	100	109,69	110,87	124,64	130,75	4,9%	30,8%
Sylt och marmelad	100	98,62	99,85	112,71	117,01	3,8%	17,0%
Strösocker	100	100,22	100,96	101,94	105,07	3,1%	5,1%
Glass	100	98,75	99,82	105,92	108,03	2,0%	8,0%
Choklad	100	98,53	99,16	101,55	107,02	5,4%	7,0%
Konfektyr	100	99,19	102,36	104,57	108,15	3,4%	8,2%
Honung	100	96,55	96,3	97,97	109,43	11,7%	9,4%
Sirap	100	98,44	97,85	97,13	100,02	3,0%	0,0%
Salt	100	97,69	102,56	106,21	109,59	3,2%	9,6%
Kryddor och såser	100	98,26	99,12	102,03	108,47	6,3%	8,5%
Jäst, soppor, barnmat mm	100	99,25	100,08	104,64	107,56	2,8%	7,6%
Margarin	100	100,38	102,03	112,37	113,41	0,9%	13,4%
Smör	100	98,95	97,21	103,74	104,38	0,6%	4,4%
Mjölk	100	100,28	101,14	109,17	110,61	1,3%	10,6%
Grädde	100	99,79	100,17	104,87	105,99	1,1%	6,0%
Ost	100	99,33	101,39	114,84	115,91	0,9%	15,9%
Ägg	100	102,14	104,66	116,85	120,87	3,4%	20,9%
Nötkött	100	105,58	107,96	124,47	126,01	1,2%	26,0%
Fläsk	100	103,37	104,95	111,95	116,31	3,9%	16,3%
Fjäderfä	100	99,45	98,49	108,36	109,37	0,9%	9,4%
Annat kött	100	99,2	101,6	100,2	107,1	6,9%	7,1%
S:a kött	100	103,33	104,75	115,56	118,04	2,1%	18,0%
Charkuterivaror och köttkonserver	100	100,23	101,22	105,54	109,24	3,5%	9,2%
S:a kött, chark & konserver	100	101,54	102,57	109,55	112,8	3,0%	12,8%

Källa: SCB

Publikationer inom samma område

1. Livsmedelskonsumtionen 1960–2006, statistikrapport 2009:2
2. Konsumtionsförändringar vid ändrade matpriser och inkomster - Elasticitetsberäkningar för perioden 1960-2006, rapport 2009:8
3. Tio år i EU – effekter för konsumenterna, rapport 2006:6

Rapporten kan beställas från

Jordbruksverket • 551 82 Jönköping • Tfn 036-15 50 00 (vx) • Fax 036 34 04 14
E-post: jordbruksverket@jordbruksverket.se
www.jordbruksverket.se