

# **Sänkt momssats och företagens prisförändringar**

– allt eller inget

Jarkko Harju

Tuomas Kosonen

Oskar Nordström Skans



# Sänkt restaurangmoms och företagens prisförändringar – allt eller inget<sup>a</sup>

av

Jarkko Harju<sup>b</sup>, Tuomas Kosonen<sup>c</sup> och Oskar Nordström Skans<sup>d</sup>

2018-03-21

## Sammanfattning

Vi analyserar hur restaurangpriserna förändrades i samband med moms-sänkningar i Finland 2010 och Sverige 2012. Vi visar att prisförändringarna i samband med dessa skattesänkningar i stora drag kan karaktäriseras som ”allt” eller ”inget”. Vi lägger därför särskilt fokus på att förstå vilka restauranger som sänkte priserna och vilka som inte gjorde det. Det visar sig att nästan alla prisförändringar skedde genom att restauranger som tillhör någon form av kedja sänkte sina priser medan oberoende restauranger i de allra flesta fall lämnade sina priser opåverkade. Vi visar att mönstret ligger väl i linje med andra betydande skillnader i prissättningsaktivitet mellan de två typerna av restauranger. Detta tyder på att företagssammansättningen har en betydande direkt effekt på hur stort genomslag en momssänkning får på priser och, i förlängningen, ekonomisk aktivitet.

---

<sup>a</sup> Denna rapport är en sammanfattning av Harju m.fl. (2018) där detaljer rörande datamaterial och skattningar finns beskrivna. Vi är tacksamma till Håkan Selin för goda synpunkter på denna text.

<sup>b</sup> Statens ekonomiska forskningscentral (VATT). Jarkko.Harju@vatt.fi.

<sup>c</sup> Löntagarnas forskningsinstitut tuomas.kosonen@labour.fi

<sup>d</sup> Uppsala Universitet oskar.nordstrom\_skans@nek.uu.se

## Innehållsförteckning

|     |                                                    |    |
|-----|----------------------------------------------------|----|
| 1   | Inledning.....                                     | 3  |
| 2   | Bakgrund.....                                      | 4  |
| 2.1 | Reformerna.....                                    | 4  |
| 2.2 | Vad säger standardteorierna?.....                  | 5  |
| 3   | Data och empirisk ansats.....                      | 5  |
| 4   | Resultat.....                                      | 7  |
| 4.1 | Övergripande prisrespons.....                      | 7  |
| 4.2 | Vilka företag ändrade priserna? .....              | 8  |
| 4.3 | Vad hände på sikt? .....                           | 11 |
| 4.4 | Vad kan vi lära oss från skatteinbetalningar?..... | 11 |
| 4.5 | Andra skillnader i prissättning.....               | 12 |
| 5   | Slutsatser.....                                    | 14 |
|     | Referenser .....                                   | 16 |

# 1 Inledning

Sänkningen av den svenska restaurangmomsen i januari 2012 var en mycket omdebatterad politisk reform. Skatteförändringen minskade skatteintäkterna med ungefär 5 miljarder kronor årligen, men innebar samtidigt att momsen på mat som åts på restaurang likställdes med momsen på mat som handlas hem. Effekterna av reformen bedömdes på förhand inom ramen för SOU 2011:24 och de diskuterades även av Häkkinen, Skans och Kosonen (2011). Reformen har studerats i efterhand av bland annat Konjunkturinstitutet (2015), Skatteverket (2014) och Tillväxtanalys (se Falkenhall m.fl., 2016). Gemensamt för dessa studier är att de ser prisresponsen som en viktig del av hur momsförändringar kan påverka ekonomin. Under senare år har det dessutom uppstått en ganska aktiv internationell forskningslitteratur som försökt bygga upp empirisk kunskap om hur förändringar i konsumtionsskatter (som moms) påverkar individer och företag, framförallt via priserna. Ett flertal av dessa studier behandlar just förändringar av skattesatser på olika former av arbetsintensiva tjänster. Exempel inkluderar Kosonen (2015) och Benzagi m.fl. (2017) om frisörtjänster, samt Carbonnier (2007) om (bland annat) renoveringstjänster. I denna studie analyserar vi två restaurangmomssänkningar, den svenska sänkningen från 25 till 12 procent år 2012 och den föregående finska sänkningen från 22 till 13 procent år 2010.

Vårt fokus är att försöka förstå hur olika typer av etablissemang reagerar på sänkningen för att på så sätt ge en bättre förståelse för hur man på förhand kan prognostisera vilka effekter förändringar i konsumtionsskatter kan tänkas ha på ekonomin. Vi använder oss av data på restaurangernas priser som samlats in av våra forskningsassistenter direkt från de berörda restaurangerna. Dessa data ger oss en betydligt bättre och djupare bild än vad som är möjligt att få från de få restauranger som SCB undersöker inom ramen för insamlingen av priser för att konstruera konsumentprisindex.

I båda de fall vi studerar visar resultaten att den genomsnittliga restaurangen sänkte sina priser i en ganska blygsam utsträckning, åtminstone på kort sikt. Det gällde i Finland, men än tydligare i Sverige. Vi visar också att ungefär tre fjärdedelar av restaurangpriserna lämnades helt oförändrade trots betydande momssänkningar. De som sänkte sina priser gjorde det istället ofta i en utsträckning som exakt motsvarade momssänkningens storlek. Denna typ av tudelad prisrespons ligger långt från vad man skulle förvänta sig från standardanalysramen (se t ex SOU 2011:24). Vi visar vidare att det finns en betydande skillnad mellan olika typer av företag i hur de reagerade på reformerna. Nästan alla oberoende restauranger lät sina priser vara oförändrade över reformen medan restauranger som tillhörde större kedjor var de som

ändrade sina priser. Vi visar att denna uppdelning är den tydligt största skillnaden mellan de som ändrade priser och de som inte gjorde det. Skillnaderna beror inte på var restaurangerna ligger, på vilket prissegment de befann sig i, eller vilken typ av mat de serverar. Mönstret replikeras dessutom inom andra aspekter som rör restaurangernas prissättning: Oberoende restauranger förändrar sina priser mer sällan även när momssatsen inte ändras, de använder oftare jämna (avrundade) priser, och de tog i betydligt mindre utsträckning chansen att höja sina priser i samband med att Estland införde Euron år 2011. Sammantaget drar vi slutsatsen att olika typer av företag har väldigt olika prissättningsstrategier, även när de opererar på samma marknad, och att detta har betydelse för de ekonomiska konsekvenserna av momsförändringar.

## 2 Bakgrund

### 2.1 Reformerna

Alla EU-länder sätter sina momssatser som en del av ett gemensamt ramverk som stipulerar att de använder sig av en standardmomssats och att de dessutom får använda särskilt nedsatta momssatser för specifika varor och tjänster. Från och med 2009 tillåter regelverket att länderna har en reducerad momssats på restaurangtjänster. Frankrike var det första landet där momsen sänktes från 19,6 till 5,5 procent under 2009. Finland, och därefter Sverige, följde snart efter.

I Finland sänktes momsen på restaurangmat från standardskattesatsen på 22 procent till en reducerad nivå på 13 procent den första juli 2010. I Sverige sänktes på liknande vis momssatsen från 25 procent till 12 procent från och med första januari 2012. I båda länderna hölls momssatsen på alkohol och hämtmat (eftersom den redan var lägre) oförändrad. I båda fallen beslutades sänkningen relativt snabbt in på det faktiska genomförandet.

Eftersom vi studerar två reformer samtidigt, och för att vi ska kunna ge våra resultat en direkt tolkning relativt ekonomisk teori, så mäter vi prisförändringar i relation till *full övervältring*. Med full övervältring menas att priserna sänks i en grad som motsvarar hela den sänkta skatten, dvs på ett sätt som ger företagen oförändrade intäkter vid oförändrad försäljningsvolym. Full övervältring skulle innebära att de angivna priserna föll med 7,4 procent i Finland och med 10,4 procent i Sverige. Det kan noteras att sådana prissänkningar är att betrakta som väldigt stora i relation till restaurangernas vanliga prisförändringar (se Harju m.fl. 2018).

## 2.2 Vad säger standardteorierna?

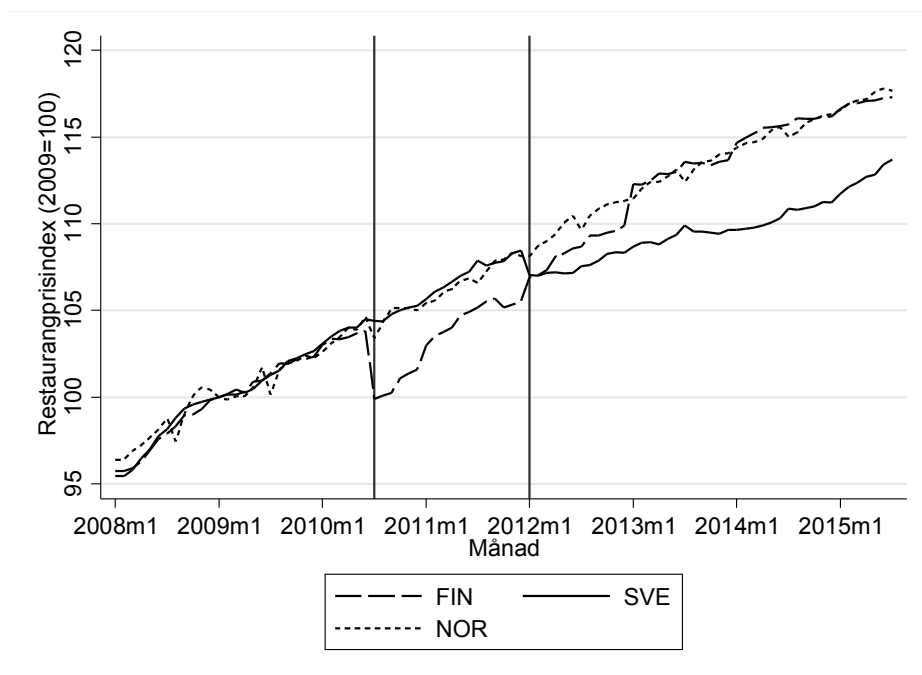
Den traditionella skatteanalytiska tankeramen utgår från analyser av efterfrågans och utbudets priskänslighet. När skatten ändras så flyttas jämvikten och prisförändringens storlek beror på hur priskänsliga ("elastiska") efterfrågan och utbudet av tjänsterna är. Ju mer elastiskt utbudet är och ju mindre elastisk efterfrågan är, desto lägre blir priserna. Anledningen är att priserna bör sjunka mer om det är relativt lätt för företagen att öka utbudet utan att deras kostnader därför skjuter i höjden (utbudet är elastiskt). På samma vis bör priserna sjunka mer om konsumenterna behöver stora prisförändringar för att ändra sin konsumtion (efterfrågan är oelastisk). Analysen blir mer komplicerad om företagen konkurrerar med differentierade varor eller om de sätter priserna i ett strategiskt spel relativt varandra, men den huvudsakliga logiken i analyserna förändras inte. Genomgående utgår standardanalysramen från att elasticiteterna är likartade för företag som konkurrerar på samma marknad vilket gör att prisreaktionerna bör vara likartade för olika företag. Dessutom antas vanligen att elasticiteterna är konstanta, eller åtminstone inte förändras på ett betydande sätt, vid normala förändringar av den ekonomiska verkligheten. Det innebär att prisförändringar, även om de inte är exakt lika stora för olika företag, bör vara mjukt fördelade runt det genomsnittliga genomslaget.

## 3 Data och empirisk ansats

Analyserna i denna rapport baseras på uppgifter som vi lät våra forskningsassistenter samla in strax före och efter momssänkningarna. För att få en uppfattning om hur priserna skulle ha förändrats om det inte skett någon förändring så samlade vi också in uppgifter i grannländer. Vid den finska reformen användes Estland och vid den svenska reformen användes Finland. Vi har även använt data från Norge för de analyser där vi har kunnat göra det, och även jämfört med inhemska alkoholpriser i vissa fall. Inte i något fall spelar det någon roll vilken jämförelsegrupp vi använder eftersom resultaten är så tydliga. Eftersom våra egna, mycket detaljerade, data för första gången samlades in precis före reformerna kan vi inte ge någon bra beskrivning av hur priserna utvecklades innan reformerna med hjälp av dessa. Istället får vi här förlita oss på de data som samlas in av SCB (och motsvarande i grannländerna) på hur de genomsnittliga priserna på restaurangmat utvecklats. Dessa uppgifter baseras dock, framförallt i Sverige, på ett mycket litet antal restauranger och lämpar sig därför inte för de analyser vi senare vill göra. Figur 1 visar dock utvecklingen för de genomsnittliga priserna i de olika länderna. Från figuren ser vi att den genomsnittliga prisutvecklingen följer varandra relativt väl över de olika

länderna, med undantag från de två reformtillfällena. Figuren antyder också att prisgenomslaget, efter det ursprungliga fallet, så småningom ser ut att minska igen.

Våra egna data täcker mellan sju och elva prisuppgifter från ett stort slumpmässigt urval av restauranger. Prisuppgifterna inhämtades via webbsidor när det var möjligt och annars via telefon.<sup>1</sup> Vid uppföljningsmätningarna mättes priserna på exakt samma produkter vilket gör att vi kan studera prisförändringar för en given produkt. Vi gjorde den ursprungliga mätningen 1–2 månader före sänkningen och därefter samlade vi in priser vid tre tillfällen. Det första var 2–3 månader efter, den andra runt 6 månader efter och den sista ungefär 18 månader efteråt.



Figur 1 Restaurangmatspriser enligt konsumentprisdata i Finland, Sverige och Norge

*Not:* Månadsdata på konsumentpriser insamlade som den av den officiella statistiken i de olika länderna. Vertikala linjer markerar de två reformtillfällena (juni 2010 i Finland och januari 2012 i Sverige).

<sup>1</sup> Resultaten förblir oförändrade om vi tar hänsyn till insamlingsmetod eller om vi fokuserar på de webbsidor där vi sett någon förändring i sammansättningen av produkter.



En viktig aspekt av våra egna data är att vi kan särskilja mellan olika typer av etablissemang. Vi skiljer på *oberoende* restauranger och restauranger som vi definierar som delar av en *kedja*. Den senare gruppen utgörs av alla restauranger som har ett namn som kan kopplas till en större kedja eller som tillhör ett företag som har flera restauranger eller som tillhör ett företag som har en lönesumma tillhör den översta fjärdedelen av alla restaurangföretag. De oberoende restaurangerna utgörs av de som inte uppfyller något av dessa kriterier.

Data beskrivs översiktligt i Tabell 1. De inkluderar uppgifter från ungefär 2 500 restauranger och 11 000 produkter. Två tredjedelar av restaurangerna är oberoende, resten hör till kedjor. Kedjerestaurangerna har ett något högre prisläge men båda typerna av restauranger är representerade högst upp och längst ned i prisfördelningen. Det är något vanligare att kedjerestauranger är lokaliserade i gallerior, men oberoende och kedjerestauranger har en likartad andel snabbmats- och måltidsrestauranger.

Tabell 1 Beskrivning av datamaterialet

|                                | Kedjor | Oberoende |
|--------------------------------|--------|-----------|
| Andel av restauranger          | 37 %   | 63 %      |
| Genomsnittligt måltidspris (€) | 10,1   | 9,0       |
| Prisfördelning                 |        |           |
| .. i lägsta fjärdedelen        | 22 %   | 27 %      |
| ..i högsta fjärdedelen         | 34 %   | 25 %      |
| I galleria                     | 19 %   | 9 %       |
| Restaurangtyper:               |        |           |
| ..snabbmat                     | 26 %   | 22 %      |
| ..måltidsrestaurang            | 54 %   | 55 %      |
| ..kafé                         | 7 %    | 12 %      |
| ..lunchrestaurang              | 13 %   | 10 %      |
| Antal restauranger             | 898    | 1 712     |
| Antal produkter                | 4 092  | 6 924     |

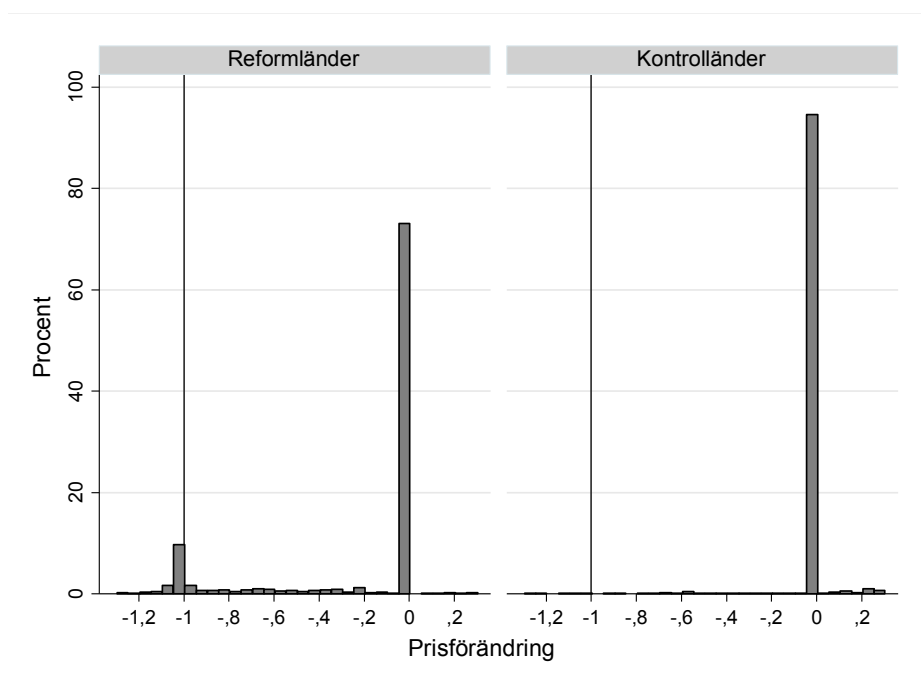
Not: Egenskaperna är mätta före reformerna. Se Harju m.fl. (2018) för mer detaljer.

## 4 Resultat

### 4.1 Övergripande prisrespons

Figur 2 visar på den övergripande kortsiktiga prisresponsen som en jämförelse mellan länderna med en reform (Finland 2010 och Sverige 2012) och de som inte hade någon reform samtidigt (Estland 2010 och Finland 2012). Figuren visar tydligt att priserna ändrades oftare som ett resultat av momssänkningarna.

Detta trots att större delen av priserna lämnades oförändrade. Vi ser också att en betydande del av de priser som faktiskt ändrades gjorde det i en omfattning som exakt motsvarade en full övervältring. Denna uppdelning i ”allt eller inget” ligger väldigt långt ifrån vad man skulle tro baserat på skatteekonomiska standardmodeller vilka istället hade predicerat en ”mjuk” fördelning av responser. En förklaring till att så många inte ändrat priserna alls är rimligen att det finns trögheter i prissättningen (passande nog, oftast benämnda ”meny-kostnader”). Det är dock förvånande att dessa är så stora att företagen inte ändrar priserna alls trots att skattesänkningarna var så betydande. Förekomsten av en ansamling prisförändringar vid full övervältring är (än) mer förvånande. En inte osannolik förklaring är dock att företagen sett marknadsföringsvinster i att ge konsumenterna exakt hela ”vinsten” av momssänkningen.



Figur 2. Prisförändringar i samband med momsnedläggningen (vänster) samt i kontrollländer (höger)

Not: Mätt 1–2 månader innan och 1–2 månader efter reformen. Normaliserat så att -1 motsvarar full övervältring.

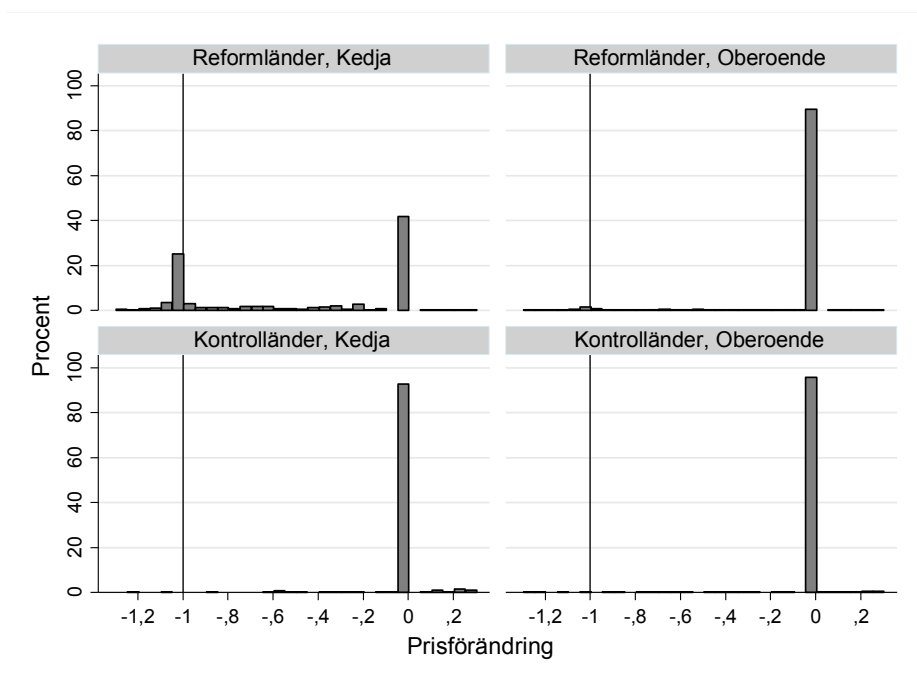
## 4.2 Vilka företag ändrade priserna?

Eftersom det tycks uppenbart att företagen i huvudsak fördelat sig över två möjliga sätt att agera är det naturligt att analysera vilka företag som valde vilken

strategi. I Harju m.fl. (2018) jämför vi förklaringsvärdet hos olika aspekter som ursprungligt prisläge, typ av restaurang, typ av måltid, om man var medlem av ett arbetsgivarförbund, tätheten av restauranger i området, och hur priserna samlats in. Dessa faktorer har dock *tillsammans* en betydligt lägre statistisk förklaringsgrad än en enkel uppdelning mellan oberoende restauranger och kedjerestauranger. Vi fokuserar därför på denna uppdelning. Figur 3 visar fördelningarna separat för de två grupperna och det framgår tydligt att mönstren är väldigt olika. Endast 5 procent av de oberoende restaurangerna ändrade priserna på grund av reformen medan 38 procent av kedjerestaurangerna gjorde det. 25 procent av kedjerestaurangerna valde en full övervältring.

I Tabell 2 visar vi resultaten separat för Finland och Sverige och hur resultaten förändras när vi kontrollerar för en stor mängd bakgrundsfaktorer. De två första kolumnerna visar på det kortsiktiga genomslaget i Finland och Sverige var för sig. Där är det tydligt att den kortsiktiga priseffekten var mer blygsam för kedjerestaurangerna i Sverige, men att effekten för de oberoende restaurangerna var liten och inte statistiskt säkerställt skild från noll i vare sig Sverige eller i Finland. En möjlig förklaring till den större effekten för kedjerestauranger i Finland är att det där finns ett större antal restauranger som tillhör väldigt omfattande kedjor (t ex den kooperativa ”S-gruppen”). I Harju m.fl. (2018) visar vi resultat som tyder på att priseffekten var större för just de allra största kedjorna. Genomgående, och oavsett vilka kontrollvariabler vi introducerar, så är dock det skattade prisgenomslaget betydligt större för kedjorna än för de oberoende, och bara skattningarna för kedjorna är statistiskt signifikanta.

I Harju med flera (2018) diskuteras ytterligare robusthetsanalyser till exempel baserat på ursprungspris och förekomsten av närliggande konkurrerande restauranger, för olika delgrupper inom kedjekategorin, baserat på insamlingsmetod (web resp. telefon) och som jämförelser med alkoholpriser inom samma restauranger (istället för att jämföra med grannländer). Huvudintrycket är att skillnaderna är mycket robusta, något som kanske inte är förvånande givet de mycket tydliga skillnader vi redan såg i Figur 3 ovan.



Figur 3. Prisförändringar i samband med momsnedläggningen för oberoende (vänster) och kedjor (höger).

Not: Mätt 1–2 månader innan och 1–2 månader efter reformen. Normaliserat så att -1 motsvarar full övervärtrng.

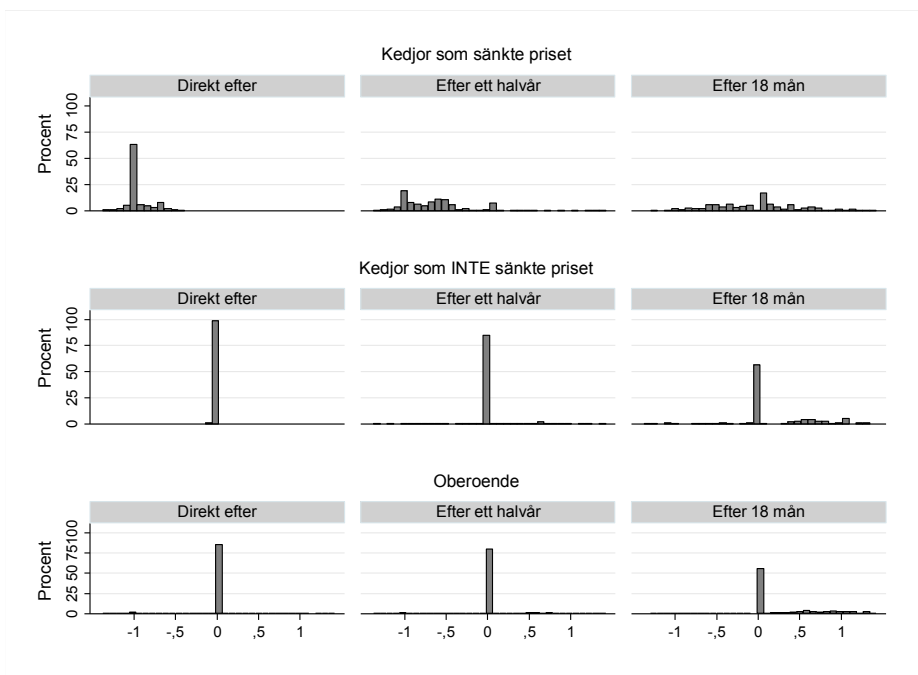
Tabell 2 Kortsiktigt prisgenomslag av momssänkningarna

|                            | Finska<br>reformen   | Svenska<br>reformen  | Båda<br>reformerna   | Båda<br>reformerna   | Båda<br>reformerna   |
|----------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Effekt för                 |                      |                      |                      |                      |                      |
| ..kedjor                   | -0,631***<br>(0,178) | -0,273***<br>(0,084) | -0,553***<br>(0,179) | -0,450***<br>(0,142) | -0,483***<br>(0,122) |
| ..oberoende                | -0,097<br>(0,204)    | -0,106<br>(0,112)    | -0,100<br>(0,179)    | -0,069<br>(0,145)    | -0,142<br>(0,146)    |
| Antal obs.                 | 5 287                | 5 048                | 10 335               | 10 335               | 10 335               |
| Förklaringsgrad            | 0,127                | 0,015                | 0,065                | 0,083                | 0,126                |
| Modellen kontrollerar för: |                      |                      |                      |                      |                      |
| ..restaurangtyp            | Nej                  | Nej                  | Nej                  | Ja                   | Ja                   |
| ..måltidstyp               | Nej                  | Nej                  | Nej                  | Ja                   | Ja                   |
| ..ingångspris              | Nej                  | Nej                  | Nej                  | Ja                   | Ja                   |
| ..postnummer               | Nej                  | Nej                  | Nej                  | Nej                  | Ja                   |

Not: Beroende variabeln är prisgenomslaget som andel av full övervärtrng. Modellen kontrollerar för genomsnittliga skillnader mellan oberoende och kedjor. Standardfel inom parenteser tar hänsyn till att den statistiska feltermen kan vara korrelerad inom företag. \*\*\* statistiskt signifikant skillnad från noll på 1-procents nivå.

### 4.3 Vad hände på sikt?

Allt som visats ovan skedde på kort sikt. Men vad hände på lite längre sikt? Kom de oberoende restaurangerna i kapp eller kvarstod skillnaderna? Svaret är egentligen både och. Vad gäller de genomsnittliga priserna så minskade skillnaderna mellan de oberoende restaurangerna och kedjorna över tiden. Men anledningen till detta var inte att de oberoende senare ändrade sina priser. Istället är den huvudsakliga anledningen att kedjerestaurangerna valde att höja sina priser igen senare. Dessutom är det tydligt, vilket vi visar i Figur 4, att de som höjde sina priser var just de restauranger som först valde att sänka priserna (oftast med full övervältring).



Figur 4. Prisförändringar över tid i samband med momsnedläggningarna för kedjor som ändrade priser (högst upp), kedjor som inte ändrade priser (mitten) och oberoende (längst ned).

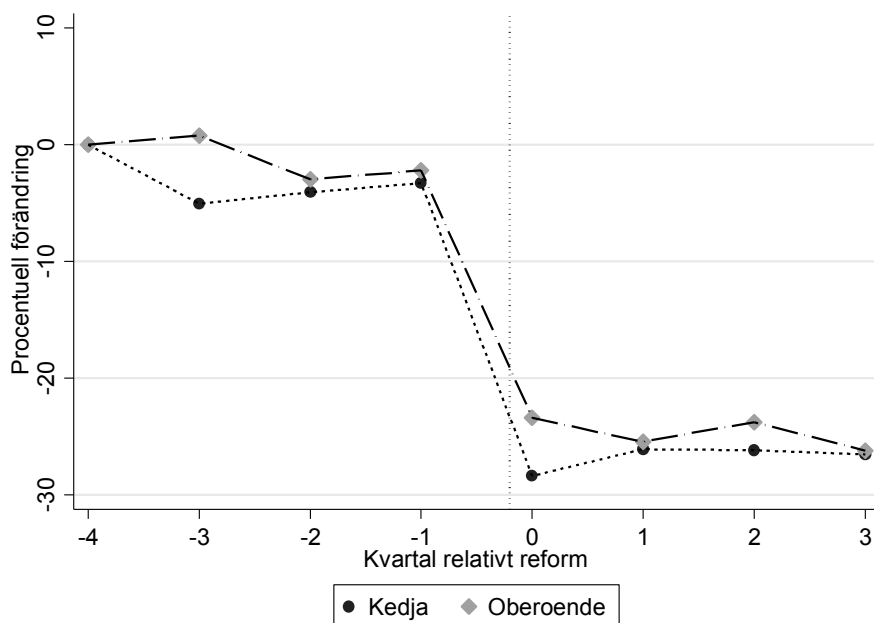
Not: Mätt 1–2 månader innan och 1–2 månader, 6 månader och 18 månader efter reformen. Normaliserat så att -1 motsvarar full övervältring.

### 4.4 Vad kan vi lära oss från skatteinbetalningar?

En sak som man kan oroa sig för när det gäller dessa analyser är om de oberoende restaurangerna betalade in mindre i moms redan innan. Till exempel skulle de kunna ägna sig åt skattefusk. Om så vore fallet påverkas de såklart inte av

momssänkningen. För att titta på detta och andra relaterade frågor fick vi tillgång till data från de svenska och finska skattemyndigheterna. Genom att analysera dessa data kan vi se att både oberoende och kedjerestauranger på ett tydligt sätt minskade sina skatteinbetalningar i samband med momssänkningen, se Figur 5. Skattefusk tycks således inte vara en förklaring till de mönster vi finner.

Vi använde även dessa data till att analysera hur försäljningen förändrades i samband med momssänkningen och vilken roll prissänkningarna spelade för att eventuellt öka försäljningen. Resultaten som redovisas i Harju m.fl. (2018) indikerar att efterfrågan inte är särskilt priskänslig för vare sig oberoende restauranger eller för kedjor. Det bör dock också noteras att den statistiska precisionen för dessa skattningar inte är särskild god.

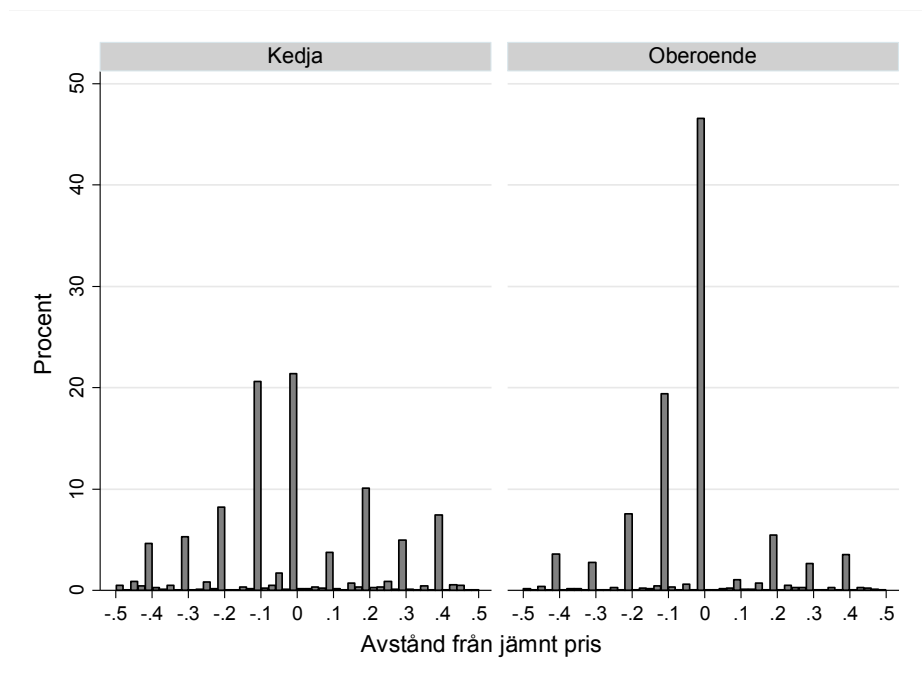


Figur 5 Förändringar i momsinsbetalningar i samband med momsändringarna för kedjor och oberoende

#### 4.5 Andra skillnader i prissättning

För att bättre förstå varför prisresponserna ser så olika ut har vi också analyserat ett antal andra aspekter på företagens prissättning. Den första rör förekomsten av avrundade priser. Tidigare studier (se t ex Levy m.fl., 2011)) har använt detta som ett mått på om prissättarna använder sig av tumregler snarare än precisa

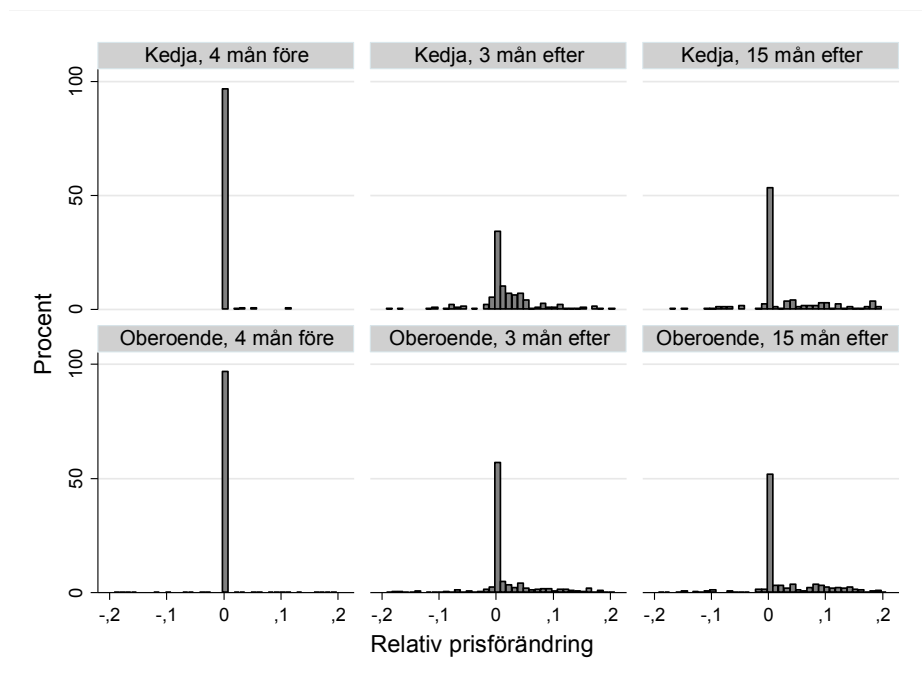
analyser. Våra resultat (se Figur 6) visar tydligt att de oberoende restaurangerna använder sig betydligt mer av avrundade priser än kedjerestauranger. Detta kan alltså ses som visst stöd för hypotesen att oberoende restauranger har ett förenklat förhållningssätt till prissättningsproblemet.



Figur 6 Användning av jämna priser för kedjor (vänster) och oberoende (höger)

Not: Jämna priser är 10-tals SEK (Sverige) och EEK (Estland) samt hela EURO (Finland och Estland). Varje stapel motsvarar intervall av 0.02 Euro/0.2 kronor.

Dessutom överlappar vårt material Estlands införande av Euron. I samband med denna typ av valutaförändringar har man ibland observerat att strategiska prissättare passar på att höja sina priser eftersom det är svårare för kunderna att se igenom sådana prisförändringar (se Cavallo m.fl., 2015). Detta är också vad vi finner i våra data, men framförallt för restauranger som tillhör kedjesegmentet. Resultaten redovisas i Figur 7 nedan.



Figur 7 Relativa prisförändringar i samband med det estniska införandet av Euro för kedjor (övre) och oberoende (nedre)

## 5 Slutsatser

Huvudslutsatserna från våra analyser är *för det första* att de kortsiktiga prisförändringarna i samband med momssänkningarna i Finland och Sverige var samlade kring två olika strategier: allt (full övervältring) eller inget (oförändrade priser) och *för det andra* att nästan alla prisförändringar skedde genom att kedje-restauranger sänkte sina priser, oberoende restauranger lämnade genomgående sina priser opåverkade. Skillnaden mellan oberoende och kedjor kvarstår även om man tar hänsyn till ursprungligt pris, vilken typ av restaurang det handlar om, vilken typ av måltid som säljs och var restaurangen ligger. Vi noterar att de kedjor som ursprungligen sänkte priset också var de som senare höjde sina priser igen. Båda typerna av restauranger minskade sina skattebetalningar i samband med reformen vilket tyder på att skillnaderna inte förklaras av skattefusk. Istället tycks skillnaderna uppstå därför att oberoende etablissemang har en betydligt mindre aktiv prissättningsstrategi i allmänhet. Detta tyder på att man, vid bedömningar av vilka effekter tänkta momsförändringar kan komma att ha på ekonomin, bör beakta hur företagssammansättningen ser ut. Med fler kedjor och



färre oberoende aktörer bör man förvänta sig en större prisrespons, och därmed också en större effekt på den ekonomiska aktiviteten.

## Referenser

- Benzarti Y, D Carloni, J Harju and T Kosonen (2017) "What Goes Up May Not Come Down: Asymmetric Incidence of Value Added Taxes", NBER Working Paper No 23849.
- Cavallo, A., Neiman, B. and Rigobon, R. (2015) "The Price Impact of Joining a Currency Union: Evidence from Latvia" *IMF Economic Review*, 63, pages 281-297.
- Carbonnier C (2007) "Who Pays for Sales Taxes? Evidence from French VAT Reforms 1987-1999" *Journal of Public Economics* 91, sid 1219-1229.
- Falkenhall B, J Månsson och S Tano (2016) "Rätt lagat? Effekter av sänkt moms på restaurang- och cateringtjänster i Sverige" *Ekonomisk Debatt* No 5/2016 sid 40–50.
- Harju J, T Kosonen och O Nordström Skans (2018) "Firm Types, price-setting strategies, and consumption-tax incidence" IFAU Working Paper 4
- Häkkinen Skans I och T Kosonen (2011) "Sänkt moms på frisörverksamhet och restauranger i Finland: Blev det verkligen lägre priser och högre sysselsättning?" *Ekonomisk Debatt* No 5/2011 Sid 5-16.
- Levy D, D Lee, C Haipeng RJ Kauffman och M Bergen (2011) "Price Points and Price Rigidities" *The Review of Economics and Statistics* 93(4) sid. 1417-1431.
- Konjunkturinstitutet (2015) "Kort- och långsiktiga effekter av sänkt restaurangmoms" Specialstudier No 46 december 2015.
- Kosonen T (2015) "More and Cheaper Haircuts after VAT Cut? On the efficiency and incidence of service sector consumption taxes" *Journal of Public Economics* 131, sid 87-100.
- Skatteverket (2014) "Effekter på skatteundandragande av sänkt restaurangmoms" Rapport, 2014-01-13.
- SOU 2011:24, "Sänkt restaurang och cateringmoms, Delbetänkande av Utredningen om sänkt moms på vissa tjänster", Stockholm.

Institutet för arbetsmarknads- och utbildningspolitisk utvärdering (IFAU) är ett forskningsinstitut under Arbetsmarknadsdepartementet med placering i Uppsala.

IFAU ska främja, stödja och genom forskning genomföra uppföljningar och utvärderingar. Uppdraget omfattar effekter av arbetsmarknads- och utbildningspolitik, arbetsmarknadens funktionssätt och arbetsmarknadseffekter av socialförsäkringen.

I rapportserien presenteras såväl IFAU:s forskning som resultat av samarbeten med andra nationella och internationella forskningsorganisationer.

IFAU delar årligen ut bidrag till olika forskningsprojekt, vars resultat publiceras i rapportserien.

Rapporterna kan vara fristående eller publiceras tillsammans med ett Working paper.

Alla IFAU:s publikationer finns på [www.ifau.se](http://www.ifau.se)