

Hvorfor er det så dyrt i Norge?

Prisnivået i Norge er høyt. Men selv om prisene er høyere i Norge enn i utlandet, er det likevel billigere i Norge for nordmenn, målt i arbeidsminutter per kjøpt vare, enn for franskmenn i Frankrike og italienere i Italia. De høye prisene skyldes vår produktivitet. Vi er produktive fordi hver person har til rådighet mange maskiner, er høyt utdannede og nyter godt av en effektiv samfunnsorganisering. Hver norske arbeidstime gir stor leveranse. Det betyr at en norsk arbeidstime er verdifull, og dermed prisen høyt. Jo mer manuell innsats bak hver levert vare eller ytt tjeneste, desto høyere pris. Imidlertid gir høy produktivitet høy levestandard. Høye priser går dermed hånd i hånd med velstand.

Nordmenn i utlandet opplever ofte den dypt tilfredsstillende følelsen å kunne gjøre et kjøp på en skinnjakke, å få en middag med vin for noen få kroner eller å kjøpe en skreddersydd dress til brøkdelen av hva det koster i Norge. Utlendinger i Norge har det motsatt. De sperrer øynene opp for stive priser eller setter maten i halsen når de blir konfrontert med regningen. En cola koster 30 kroner og en pils 60. Det finnes besøkende som tror det er en null for mye i slike tall. Biler koster dobbelt så mye i Oslo som i Gøteborg. Vin kan en drikke til maten i Danmark, men kun med andakt i Norge. En greker på besøk i Norge må betale dobbelt så mye for en bukse som hun gjør hjemme, og en italiener bare ler når han ser prisene på sko i Oslo. Måltider er så dyre for besøkende turister at de fyller opp campingvognen med mat og drikke i hjemlandet før de kommer hit. I Norge er det blitt en sport å klage på bensinpriser, matpriser og boligpriser, og vi leser daglig i avisen om den siste utviklingen på prisfronten. Publikum spør seg: Hvorfor er det så dyrt i Norge?

Det finnes et kort, et mellomlangt og et langt svar. Det korte svaret er at det er dyrt i Norge fordi vi er så flinke. Det lange svaret inkluderer noen kompliserte elementer som skatter og avgifter, relativ inntektsfordeling, grunnrente, valutakursutvikling, lønnsforhandlinger, inflasjonsforventninger, prisutvikling i Europa og konkurranseforhold. La oss holde oss til det mellomlange svaret. Det bygger på innsikter presentert av Samuelson (1964), Kravis mfl. (1982), Bhagwati (1984) og Rogoff (1996). Vi skal utdype forholdet mellom priser og dyktighet. Når en nordmann arbeider, er det nemlig ikke bare hender involvert. Bak hver nordmann står en lang rekke maskiner. Det ligger år med skolegang, det finnes et godt fungerende samfunnsapparat og det finnes en visshet om et sosialt system som garanterer trygghet. Det betyr at når en norsk arbeider går til arbeidet, er hun i stand til å levere en innsats som ligger i verdenstoppen når det gjelder produktivitet. Det er ikke først og fremst fordi hun er så energisk, snarere er det fordi hun besitter kunnskaper og utnytter maskinell assistanse. Denne produktiviteten innebærer at hver av hennes timer er verdifulle, og dermed dyre. Enhver aktivitet i Norge som bruker menneskelig innsats må da prise arbeidsinnsatsen etter det arbeideren er i stand til å gjøre. Nesten alle varer har på en eller annen måte utgangspunkt i menneskelig innsats. Det betyr at varene får høy prislapp.

Erling Røed Larsen

Erling Røed Larsen er forsker i Statistisk sentralbyrå, Seksjon for mikroøkonomi (erling.roed.larsen@ssb.no).

Maskiner forsterker menneskelig innsats

La oss gå gjennom denne tankegangen grundig. Det er ikke lett å skjønne at det er dyrt å få klippet håret i Lom fordi det er så mange maskiner i Trondheim og fordi hver nordmann har gått lenge på skolen. Innvendingen går ut på at alle kan lære å klippe håret ganske fort. En trenger ikke være god verken til å lese, skrive, regne eller til å bruke datamaskiner for å bli frisør. Hvorfor er det så dyrere å klippe håret i Norge enn i Portugal? La oss varme opp med å se hvorfor en norsk fisker har høyere timelønn enn en portugisisk fisker. Den norske fiskerens timelønn svarer til det antall fisk hun fanger på en time. Hun har en moderne utrustet båt hvor utplassering av garn utnytter motorkraft. Hun bygger på forskeres studier av fiskens vandringmønstre, og hun kan forstå disse studiene fordi hun ikke bare kan lese og skrive, men også kan forstå deres argumentasjon. Dermed ser vi at den norske fiskeren får flere fisk per time enn den portugisiske fordi hver time er spydspissen av et høyteknologisk samfunn med stor kompetanse. Økonomer sier at fiskeri i Norge er kapitalintensivt, mens fiskeri i Portugal er arbeidsintensivt. Kapitalen som hjelper fiskeren i Norge, gjør henne svært effektiv. Fiskeren nyter godt av investeringer i infrastruktur, utdannelse, opplegg og industri som våre bestefedre institusjonaliserte.



Foto: Arne Strømme/Samfoto

Men en frisør har verken moderne teknologi bak seg eller behov for å forstå forskeres studier av hår. Han skal bare klippe. Han bruker kam og saks, ikke datamaskiner og roboter. Dermed blir det mindre intuitivt forståelig at en norsk frisør har en mye høyere levestandard og tjener mye mer i timen enn en portugisisk frisør. Begge bruker en halv time på en klipp. Begge bruker kun hender og en saks. Tilsynelatende er det et mysterium at en norsk frisør tjener så godt. Forklaringen er at norske frisører raskt kunne bli olje-arbeidere, fiskere eller delta i andre næringer hvor Norge er svært produktive. Lønnen til den norske frisøren i Lom reflekterer hva han alternativt kunne ha fått i lønn i Trondheim. Lønnsnivået på norske frisørtjenester er et spill på hva de fleste frisører alternativt kunne ha fått i lønn. Det betyr at den norske frisøren utstyres med en årlig inntekt som setter ham i stand til å ha en høy levestandard, kanskje den høyeste blant frisører i hele verden. Selv om han i det daglige kun bruker saks, kunne han med noen ukers omskolering ha jobbet på rigg i Nordsjøen. Den muligheten må vi betale for når vi besøker frisøren, ellers ville ingen ha ønsket å bli frisører. I neste omgang veltes lønnsbelastningen over i prisene vi betaler, og det blir dyrt. En norsk frisørs timelønn tilsvarer tre kinoturer eller en kilo biff. En portugisisk frisørs timelønn tilsvarer kanskje ett besøk på kinoen eller noen få hekto biff. Det faktum at vi i Norge har investert tungt i skole, infrastruktur, maskiner og sosial organisering, fører altså til at selv manuelt arbeidende får nytte godt av måten Norge drives på.

Vi ser at når alle nordmenn går gjennom minst ni års skolegang, og de fleste langt mer, er de i stand til å operere kompliserte maskiner og forstå instruksjoner som følger med maskinene. En norsk bilmekaniker leser raskt manualer til nye komponenter i en Ford, kanskje til og med på engelsk. En tilsvarende boliviansk bilmekaniker kan ikke med like stor letthet og selvfølgelighet beherske manualene, selv om de finnes på spansk. Maskiner forsterker menneskelig innsats. Datamaskiner forstørrer menneskelig regnekraft. Samfunn som har satt medlemmene sine i stand til å mekanisere, automatisere og elektronisere, blir i stand til å produsere en viss mengde varer mye raskere enn samfunn som ikke har stilt sine innbyggere i stand til det. Forsøk å forestille deg følgende: I Norge ytes det 3 200 millioner arbeidstimer hvert år. Noen av disse går med til organisering innad i landet. Andre timer går med til innhøsting av korn, bygging av veier, klipping av hår, vasking av golv, forskning, undervisning og helsetjenester. Det som blir til overs går med til å lage de varene vi skal bytte i utlandet. Hvis vi er flinke, og lager gode varer på kort tid, er det åpenbart at utlendinger er villige til å gi oss gode saker i bytte. Dersom vi ikke er så flinke, og bruker lang tid på dårlige og lite etterspurte varer, så vil utlendingene kreve mange av våre varer mot få av deres. I et slikt tilfelle ville Audier i Tyskland, Dell datamaskiner i USA og Nokia telefoner i Finland kreve mange norske arbeidstimer. I dag er det motsatt. Fordi vi har så mange maskiner, er hver norsk arbeidstime uhyre produktiv. Vi lager aluminium, oppdrettslaks og trevarer så det gir gjenlyd. Vi tapper olje så det spruter. Dette gjør vi uten altfor mange timers innsats, og det gjør at varene våre er gunstige i bytte mot andre. Dermed blir det slik at de timene vi nordmenn setter av til å skaffe oss utenlandske varer, er så effektive og velplasserte at vi får mange varer i utlandet per time vi setter inn hjemme. Dette gjelder selvsagt om vi bestiller over Internett hjemme i stua i Namsos eller om vi bestiller over bordet på Naxos. Produktiviteten – i form av nasjonens brutto nasjonalprodukt eller vår individuelle del av det – tar vi med oss overalt hvor vi bor og reiser, og det gjør at vi opplever utlandet som billig. En annen måte å se dette på, er å tenke på at disse forholdene er som om vi slipper med å jobbe noen få minutter for hver gyros pita vi bestiller på Naxos. En greker, portugiser eller italiener må jobbe mange flere minutter enn oss for å kjøpe samme gyros pita. Det må de fordi de har færre maskiner, mindre skolegang og annerledes sosial organisering enn oss. Dessuten har de ikke funnet olje.

Norske varer er sterkt etterspurte og høyt verdsatte

Dermed leverer Norge varer på verdensmarkedet uten å bruke altfor store ressurser på å gjøre det. De andre arbeidstimene nasjonen Norge har til rådighet, kan bli satt til å yte i utdanningssektoren og helsevesenet. Det skaper igjen enda bedre kunnskapspremisser og høyere levestandard. I neste runde fører dette til at landet Norge kan kutte enda noen arbeidstimer på produksjonen av den mengde varer vi må levere i utlandet for å få lov til å kjøpe det vi ønsker der. I prinsippet kan vi tenke oss en situasjon der olje- og gassutvinningen i Nordsjøen er helautomatisert, slik at vi får kjøpt våre biler, datamaskiner og telefoner mot å bytte olje uten å yte en eneste arbeidstime for det. Da kan vi konsentrere våre timer om helsevesen og skole. Eller vi kan ta fri.

Sagt på en annen måte, Norge lager et sett med varer som verden setter stor pris på. Vi gjør det raskt, effektivt og sikkert. Det betyr at hver norske arbeidstime er meget verdifull. I neste omgang betyr det at arbeidstimen gir

høy lønn. I siste instans presses dette over på priser. Det betyr at en turist fra Italia må betale med mange arbeidsminutter når hun skal kjøpe en brus i Norge, flere minutter enn hun må for en brus i Roma. Dette skjer fordi hun må betale for den muligheten servitøren i Sandefjord har til å dra ut i Nordsjøen eller drive lakseoppdrett. Vi som bor i Norge, må ikke betale for brusen med spesielt mange arbeidsminutter. Litt morsomt kan vi si at det er å snu problemet på hodet å si at det er dyrt i Norge. Det er ikke dyrt i Norge, men billig i utlandet. For nordmenn.

Selvsagt har vi hatt noe flaks. Flaksen er at vi slumpet over en skikkelig lotterigevinst på bunnen av Nordsjøen. Flaksen ligger i at olje er en vare som gir meget høy pris på verdensmarkedet per investert arbeidstime eller svettedråpe. På den måten kan vi skru opp kranen, la olje strømme ut til kjøpere og ta betaling i Audi, Dell, Jaffa appelsiner, DVD-filmer fra Hollywood og andre ting vi ikke lager selv. Enhver nasjon som treffer en slik gullåre, kan være glad fordi arbeidstimene plutselig blir mer verdifulle. Men flaks er ikke nok. Det er svært vanskelig å ekstrahere oljen. Til det trenges en voldsom infrastruktur, enorme boreplattformer, en komplisert høyt teknologi, ekstremt dyktige ingeniører og dermed mange timer i utdannesssektoren. Selv om oljen vår er en råvare, ligger det mye mer bak utvinningen av hver liter råolje enn det ligger bak en liter kokosolje. Vi ville ikke være i stand til på samme måte å nyte godt av det sorte gull uten en meget solid investering i befolkningens kunnskapsnivå. I tillegg skaper ofte en ressursgave slåsskamp om eierrettighetene. Gullrush i California og Australia på 1800-tallet viste at slike gaver ikke alltid er til landets umiddelbare fordel. De fører alle steder til en voldsom endring i prisnivåer, se en glimrende framstilling av Maddock og McLean (1984) som beskriver effektene på prisnivået etter oppdagelsen av gull i 1851 i New South Wales og Victoria. I våre dager har mange oljeproduiserende land, eller land som er rike på naturressurser, ikke entydig klart å veksle dette inn i velstand for alle (Sachs 2001). Korrupsjon, nepotisme og mafiadannelser kan blokkere allmenn velferd. Kamp om rettighetene til funnene trekker ut dårlige egenskaper hos individet og stiller store krav til samfunnet. Det er Norges triumf at vi har unngått slike fallgruver.

Men hva slags fordeler får vi av at Norge er så produktivt og at vi sitter på verdifulle naturressurser? Det virker baklengs at vi som er så produktive og eier etterspurte områder, skal ha så høye priser. I første omgang virker det som om vi straffes for vår flaks og flinkhet ved at vi opplever at varer er dyre. Poenget er – som vi sa ovenfor – at de ikke er dyre for oss, målt i arbeidsminutter. Norske varer er kun dyre for utlendinger, spesielt målt i hvor mange arbeidsminutter de må legge ned for å kjøpe norske varer. Riktignok er utenlandske varer billige for oss når vi reiser ut, men det er fordi vi drar til utlandet med vår skolegang og maskinpark i kofferten. Vi kan se på det som en ekstragevinst. Ikke bare må vi jobbe færrest minutter i verden for de fleste varer, men når vi reiser, får vi dem enda billigere. For dersom vi konverterer norske priser om til det antall minutter vi må arbeide for å få lov til å kjøpe varene på Rimi, hos Tanum, eller hos Elkjøp, vil vi se at vi kommer svært gunstig ut i verdenssammenheng. Vi må jobbe noen få minutter for å kjøpe en kalkulator. I Sør-Amerika kan mange aldri kjøpe en kalkulator. Vi bruker kun litt over 10 prosent av budsjettet vårt – altså arbeidstiden vår – til å sørge for at vi blir mette. I mange av verdens land går mesteparten av tiden med til dette, og selv blant industrialiserte land er 10 prosent uhyre lavt. Resten av tiden vår går med til å utstyre oss selv med

gode boliger, fine veier, flotte stereoanlegg, bra skoler, lange ferier, korte arbeidsdager og skikkelige sykehus. FNs Human Development Index plasserte Norge på førsteplass i verden sist sommer. Dermed blir prisnivået mindre interessant for nordmenn. Vi ser aller først på hva vi får for inntekten vår. Utlendinger, derimot, kommer sørfra med få midler, og lar være å kjøpe eller lar være å komme i det hele tatt.

Det er mulig du ennå ikke er overbevist om at det ikke er dyrt i Norge for nordmenn. Det lyder flott at vi bruker kun noen få arbeidsminutter selv til å skaffe oss bensin, alkohol, biler og andre varer som oppleves som dyre. Men svensker og tyskere er på vårt nivå i levestandard, og kan likevel nyte billige biler og lave bensinpriser. Det siste er ikke sant. De norske bensinprisene er ikke så høye gitt hvor mye vi tjener i timen. Men bilene er dyre i Norge. Biler er ett av flere spesialtilfeller. De er dyre fordi vi i Norge har valgt å legge avgifter på noen spesielle varer med begrunnelse i forskjellige samfunnsaspekter. Siden vi ikke selv produserer biler, er det en enkel vare å plassere en importavgift på. Den avgiften er med på å finansiere våre fellesgoder og skal sørge for at vi ikke kjøper altfor mange biler som kan skade miljøet. Alkoholavgifter er ment å skulle trekke kostnadene ved skader og sykdom inn i prisen for å kjøpe det som forårsaker sykdommen, nemlig alkohol. I tillegg ligger det et preventivt ønske i å ha avskrekkende høye priser på skadelige varer. Dersom du ikke ser på bare biler og alkohol, men studerer alle varer som skal til for å leve – det en økonom kaller en levestandardfunksjon – vil du finne at vi for hvert minutt, totalt sett, kommer meget gunstig ut. Det er nettopp derfor vi scorer så høyt på FNs indeks. Vi må ikke glemme at vi for våre arbeidstimer får en sosial forsikring, gratis sykehus, pensjonsordning, veier i et av verdens fysisk mest ugunstige land og en rekke andre fellesgoder.

Statoil er Norges Microsoft

Det kan hende det ovenstående framsto noe luftig og distansert. Derfor skal vi gå igjennom et helt konkret eksempel som vil illustrere de abstrakte poengene vi har framsatt ovenfor. La oss se på utviklingen de siste to tiår i Seattle. Det vil kaste lys over det som har skjedd i Norge på en enkel måte. Inntil begynnelsen av 1980 var Seattle en passelig rik og passelig stor – amerikansk by. Svært mange av byens innbyggere var ansatt i flyfabrikken Boeing. Lønningene og prisene var slik at det var en balanse mellom alle byens sektorer. De hadde lærere og sykepleiere, ingeniører og økonomer. Boligprisene var stabile. Økonomer sier at økonomien var i likevekt. Men så skjedde noe som endret denne likevekten. Noe svært verdifullt ble oppdaget. Det var ikke olje, men en idé.





Ideen var å organisere operativsystemet til en PC på en helt annen måte enn før. Unge Bill Gates hadde stor tro på sin idé, og startet opp selskapet Microsoft. Det viste seg at ideen var en av de beste – målt i popularitet og utbredelse – i hele verdenshistorien. I alle land i verden bodde og bor det mennesker med betalingsvillighet for ideen til Bill Gates. Microsoft måtte rekruttere arbeidere fra hele Seattleområdet fordi selskapet ekspanderte voldsomt. Etterspørselen over hele verden etter deres tjenester og innsikter innebar at selskapet svømte i yen, lire, mark, pund og selvsagt dollar. Utstyrt med denne kjøpekraften gikk selskapet ut på arbeidsmarkedet i Seattle, og støvsuget området for arbeidere. Er du ansatt som pølseselger? Vi dobler lønnen din om du jobber i kantinen vår! Er du ansatt som barnehagearbeider? Vi dobler lønnen din om du jobber i vår personalbarnehage. Er du ingeniør i Boeing? Vi dobler lønnen din om du begynner som programmerer hos oss. Microsofts idé var så etterspurt over hele verden at de forrykket hele balansen i Seattle. De nyansatte i Microsoft besatt så en kjøpekraft som var høyere enn den vanlige i området, og bød på leiligheter og boliger. Da føk boligprisene opp. De ønsket elegante cafeer, og troppet opp på Starbucks cafeene med tykke lommebøker. Det satte firmaet Starbucks i stand til å by sine ansatte konkurransedyktige lønninger, og skru opp prisene. Men lokale cafeer gikk konkurs fordi de ikke kunne gi sine ansatte tilsvarende lønninger. Bill Gates idé brakte Seattle ut av likevekt, og relative priser på arbeidere, hus, frisør-tjenester og alle andre varer fluktuerte for å finne en ny likevekt.

I en lang periode opplevde Seattle det Norge har opplevd. Tidligere – før Microsofts inntreden – solgte Seattle fly og noe annet til omverdenen. Det var forholdsvis lukrativt, og hver Seattlearbeidstime kastet av seg i form av importerte biler fra Detroit, skiturer i Vancouver og datatjenester fra Silicon Valley i bytte mot relativt få arbeidsminutter. Men etter at Microsoft kom på banen, ble plutselig de varene Seattle gikk ut på verdensmarkedet med – Boeing fly og MS Windows – mye mer verdsatt. Da ble hver arbeidstime til en Seattleinnbygger mer verdt. De kunne tillate seg en ekstra bil, et ekstra stereoanlegg og en kajakk til å padle ut til byens øyer. Selvsagt måtte alle priser innad i byen justeres. Boligprisene steg, lærerne måtte få skikkelig lønn ellers ble de personalkonsulenter i Microsoft og vaskehjelper fikk god kompensasjon. Det betyr at når lærere og vaskere fra Seattle besøkte Denver, så kom de med en mye høyere kjøpekraft enn de lokale lærere og vaskere. De gjorde det takket være Microsoft. Men når lærere og vaskehjelper fra Denver besøkte sine venner i Seattle, så gikk de inn i hyperventilering over priser på kaffe, boller og annet – ganske likt våre spanske og tsjekkiske venner når de går på fotturer i Jotunheimen. Denverområdet produksjon totalt sett var ikke så høyt verdsatt på verdensmarkedet som Seattleområdet. Dette gjenspeilet seg i den kjøpekraften innbyggerne og turistene opplevde overfor prisnivåer i ulike geografiske områder.

Norge nyter godt av at norsk produksjon er så høyt verdsatt i utlandet. Med få arbeidstimer leverer vi produkter alle vil ha. Det gjorde Seattle også. Men siden det ikke fantes immigrasjonsregler i Seattle, strømmet amerikanere til. Dette endret de relative fordelene til Seattleområdet. Arbeidskraftens mobilitet tenderer til å jevne ut mulige områdeforskjeller innenfor en region eller et land. Det er en skyvfaktor til stede i det at arbeiderne forlater en misnøye, og en magnetfaktor i det at de søker de nye håp i steder som virker forlokkende. Barrierene for innenlandsk migrasjon i USA er små.

De snakker samme språk, nyter samme kultur, opplever små og få juridiske hindre. Barrierene for å ta del i Norges goder er større. For det første har vi inn-vandringsregulering. For det andre snakker vi et lite utbredt språk, har en brutal vinter, dyrker uvanlige sportsaktiviteter som ski og skøyter og har en meget homogen befolkning. Dette forhindrer arbeidskraft fra å søke til Norge, noe som igjen fører til at det vi leverer på verdensmarkedet blir fordelt på noen få heldige med norsk pass.

Dyrt og billig i Norge

Noen varer er relativt mye dyrere i Norge enn i utlandet. Biler er for eksempel spesielt dyre i Norge. Vin og sprit kommer med avskrekkende prislapper. Tobakk er ikke billig. Dette er eksempler på varer som har spesielle avgifter festet på seg, og som av den grunn skiller seg ut selv i det generelt høye prisnivået i Norge. Dermed kan vi forklare deres priser politisk.

Andre varer skiller seg ut med hensyn til geografisk lokalisering. Frisørtjenester, undervisning, helsepleie, bakverk og kinofilmer er varer som du ikke kan kjøpe i Sverige eller i Syden. De er stedbundne fordi personalet er stedbundet, fordi varen ikke kan transporteres eller fordi varen må være fersk og leveres i en kulturell og språklig kontekst. I hvert fall så reiser du ikke på dagstur til Italia for å kjøpe ciabatta eller baguette. Videre er det få utenlandske selskap som leverer brød til Norge, norsk kveldsundervisning eller leier ut en kinosal. Ingen drar utenlands for å gå til tannlegen. Embetsverk og byråkrati må finne sitt virke i Norge; vi kan ikke outsource bygningsetater og skjenkebevillingsinstanser til utlandet. Økonomer sier at slike varer er skjermet fra utenlandsk konkurranse. Rødseth (2000) gir en svært oversiktlig og utdypende framstilling av ulike sektorer og deres konkurranseforhold i Norge. Andre varer, for eksempel slike som fotoapparater, CD-er, engelske paperbacks og elektroniske apparater er standardvarer over hele verden, enkle å bestille fra utlandet og uproblematisk å kjøpe på tur. Internasjonalt kalles disse for tradables (varer som er omsettelige over landegrensene), se for eksempel Kravis og Lipsey (1988). Alle som har vært i London, har kommet hjem med musikk i kofferten. Drar du til Paris, er sjansen stor for at du slår til på en moteriktig bukse. Dersom norske butikkeiere setter prislapper på fotoapparater som er langt høyere enn det du kan oppnå på Oxford Street i London eller ved å surfe rundt på Amazons web-side, så vil de rett og slett oppleve sviktende etterspørsel. Vi sier at slike næringer er utsatt for konkurranse. Åpenbart er det mulig å skru prisene opp på varer som er skjermet for konkurranse. Men dette er ikke i samme grad en tilgjengelig strategi for selskaper som konkurrerer med utlandet. Økonomer sier at de er prisfaste kvantumstilpassere, det vil si at de ser på prisene som gitt og søker å tilpasse seg som best mulig ved å finne et egnet aktivitetsnivå.

Fordi arbeidskraften i Norge er så produktiv, og dermed krever så høy lønn, er det visse varer som blir uhyre dyre og dermed mindre konkurranse-dyktige. For eksempel vil tepper som produseres for hånd av norske veverer kunne bli svimlende dyre. De vil ikke kunne konkurrere med høykvaliteten fra tyrkiske hender. Tyrkisk timelønn er lav fordi de ikke har de tilsvarende rekkene av maskiner og graden av teknologikompetanse bak hver arbeider. Dermed kan en tyrkisk vever ikke alternativt arbeide i en automatisert og høyproduktiv næring. Av den grunn ser vi ikke norske produkter vevet for hånd. Kun når slike norske produkter kan selges med en ekstra attributt,



Foto: Henrik Sørensen/BAM/Samfoto

som genser fra Setesdal eller lue fra Trysil, kan de dyre, norske håndlagete produktene selges med en eksklusivitetspremie.

Oljen selges til en lik pris internasjonalt uavhengig av geografisk opphav. Siden vi i Norge er dyktige til å levere olje, og nyter en god profitt på hvert fat, vil oljebransjen kunne tilby gode rekrutteringsmuligheter. Den lønnen de tilbyr, vil påvirke lønnen til andre norske sektorer, både konkurranseutsatte og skjermete. Dersom de konkurranseutsatte ikke er produktive nok per timelønn, vil de utkonkurreres og nedlegges. Det ser vi for eksempel i disse dager på Herøya. Kinesisk magnesiumsproduksjon leverer flere enheter per lønnsenhet enn i Norge. Da kan det faktisk at oljebransjen er så lukrativ, samt at de konkurrerer om knapp arbeidskraft, fortrenge andre konkurransenæringer. Som resultat kan da Norge få en stor skjernet sektor og en konkurransesektor dominert av olje, med lønninger og priser som reflekterer verdens etterspørsel etter olje. Dette kan være skummelt på et tidspunkt da oljeinntekter bortfaller. Potensielt står da Norge uten kilder til eksportinntekter. På fagspråket kalles en slik situasjon for Hollandsk syke, se Cappelen mfl. (2000) og Sachs og Warner (2001).

Teorien om en vare til en pris

En av de mest kjente økonomiske teorier er teorien om at en bestemt vare skal ha samme pris overalt, innad i et land og mellom land. Hvis dette ikke gjelder, så vil en person kunne tjene på å kjøpe den billig et sted og selge den dyrt et annet sted. Dersom det er lovlig, kaller vi det arbitrasje. Dersom det er ulovlig, kaller vi det ved spesialnavnet smugling. Denne teorien kalles gjerne PPP-teorien, for purchase power parity eller kjøpekraftsparitet. Rogoff (1996) går gjennom teoriens historie og empiriske innhold. Teorien er gammel, og finner sin moderne form i og med den svenske økonomen Gustav Cassels argumenter for at valutakursene i et nytt gullstandardsystem etter første verdenskrig skulle beregnes ut fra kjøpekraftsparitet. For eksempel brukte den store økonomen John Maynard Keynes (1932) argumenter fra teorien om kjøpekraftsparitet i sine artikler mot den britiske beslutningen om å gjeninnføre de gamle innløsningskursene mellom pund og gull. Det er et puslespill for økonomer når de observerer at den samme varen – en tradable eller handlebar vare – ofte selges til ulik pris. En forklaring er at det finnes vanntette – eller kjøpstette – skott mellom ulike markeder. Noen ganger åpner det for smugling, andre ganger aksepterer folk prisforskjellene fordi det er lite å hente på arbitrasje eller reising. Vi sier at transaksjonskostnadene overstiger gevinsten ved å utnytte prisdifferanse. En annen utgave av teorien for kjøpekraftsparitet sier at når en vare opplever ulik pris, vil valutakursen justere seg over tid slik at varen får samme pris. Rogoff viser at dette holder kun i et meget vidt tidsperspektiv. I mellomtiden kan store prisforskjeller oppleves, avhengig av hvor transportabel og arbeidsintensiv varen er.

Tidsskriftet *The Economist* bruker en svært populær og mye omtalt Big Mac Index for å måle om et lands valuta er feilvurdert, se tabell 1. Ideen er at kjøpekraftsparitet skal gjelde, og at en Big Mac er lik over hele verden. Den skal derfor selges til samme pris over hele verden.¹ Her ligger flere poeng begravet. Det viktigste er å tenke over at en vare egentlig er en pakke med flere fasetter. For det første er en burger i Oslo ikke det samme som en burger i Madrid på samme måte som en Kvikk-Lunsj på Besseggen ikke er samme vare som en Kvikk-Lunsj på Samtidskunstmuseet. Den geografiske omegn burgeren nytes i, spiller inn, og er en del av varens mange attributter –

Tabell 1. Pris på en Big Mac-burger i ulike land. 2001	
Land	Pris på Big Mac (i dollar)
Sveits	3,65
Danmark	2,93
USA	2,54
Sverige	2,33
Tyskland	2,30
Canada	2,14
Italia	1,96
Tsjekkia	1,43
Thailand	1,21
Malaysia	1,19
Filipinene	1,17

Kilde: McDonald's, *The Economist*, 19. april 2001.

som kommer i tillegg til den fysiske framtoningen. For det andre innebærer servering av en burger bruk av arbeidskraft. En ekspeditør skal ta bestillingen, en kjøkkenmedarbeider skal steke den, en daglig leder skal overse at alt går godt for seg, en vaskehjelp skal holde lokalet rent og en regnskapsfører skal overvåke salgsrapportering. Siden arbeidskraft i Norge er dyr – fordi den alternativt kan settes inn i oljeproduksjon og annen lukrativ eksportvirksomhet – vil også salget av en Big Mac måtte inneholde en komponent der den dyre arbeidskraften avlønnnes. For det tredje benyttes kjøttvarer fra ulike produsenter. Dette åpner for ulike kostnader i form av transport og toll. For det fjerde er en Big Mac ikke en over-grensen handelsvare. Ingen ville finne på å dra til Stockholm for å innkassere en gevinst i å kjøpe en billigere Big Mac. Fysiologiske behov gjør seg gjeldende raskere enn det, varen er ikke holdbar over tid og prisens størrelse av folks totale budsjett er for liten. For det femte kommer ulike satser for merverdiavgifter inn på prisforskjeller mellom land. Sveits, for eksempel, finansierer store deler av sin offentlige aktivitet via avgifter på solgte varer, se de dyre sveitsiske burgere i tabell 1. Snarere enn å forvente lik pris for en Big Mac skulle en forvente høy pris der arbeidskraften var knapp og/eller produktiv. Denne hypotesen ble framsatt allerede for nesten førti år siden av Balassa (1964) og Samuelson (1964), og kalles betegnende Balassa-Samuelson hypotesen. Rogoff viser at i dette tilfellet er det ganske god overensstemmelse med terrenget og kartet.

Imidlertid er det slik at det finnes noen varer som er svært omsettelige over landegrensene. De er standardiserte, så hva du får når du betaler, er hele tiden transparent og synlig for kunden. For slike varer vil prisene tendere mot en felles verdi. Rogoff viser at gull er en slik vare. Prisen på gull varierer lite mellom land. Med handling på Internett reduseres informasjonskostnader betraktelig. Dermed forventer vi at bøker, CD-er, flybilletter, elektronikk og liknende svært omsettelige, standardiserte og transportable varer vil få samme pris over store deler av verden. Frisører, kokker, byråkrater, lærere, advokater og bønder er ikke like flyttbare eller like standardiserte. Dermed vil det trolig fortsatt være store forskjeller mellom land på varer i skjermet sektor, og deres avlønning vil ha sammenheng med den lønnen som er oppnåelig i konkurrerende sektor, se Rødseth (2000). Denne forskjellen mellom for eksempel et internasjonalt prisnivå på elektronikk og et særnorsk prisnivå på tjenester synes å observeres i de senere år.

Konklusjon

Det er dyrt i Norge fordi Norge har produktive arbeidere. Men norske varer er først og fremst dyre for utlendinger. For oss er de billige, målt i arbeidstimer per forbrukt vare, og sammenliknet med hva utlendinger må betale for tilsvarende varer i sine hjemland. Vår produktivitet skyldes store og tunge investeringer i skoler, maskiner og infrastruktur i det forrige århundre. Det skyldes også en kultur for ytelse og samarbeid mellom arbeidstakere og arbeidsgivere. I tillegg skal vi takke en samarbeidsvilje i lønnsforhandlinger og evne til å styre unna opprivende slåsskamper om hvem som skal kunne forbruke mest. Alt i alt er det slik at det blir dyrt i områder der hver arbeidstime kan levere et godt og ettertraktet produkt. Sagt populært, en amerikaners kjøp av bensintørste terrengbiler og villighet til å betale for bensinen, fører til en høy pris på frisørtjenester i Norge. Men dyrt i kroner er likevel billig i minutter. Tid er penger. Norsk tid gir mange penger. Det er en av grunnene til at er det deilig å være norsk – i Danmark.

Litteratur

- Balassa, B. (1964): The Purchasing Power Parity Doctrine: A Reappraisal, *Journal of Political Economy*, **72**: 6, s 584-596.
- Bhagwati, J. (1984): Why Are Services Cheaper in Poor Countries? *Economic Journal*, **94**, s 279-286.
- Cappelen, Å., T. Eika og I. Holm (2000): Resource Booms: Curse or Blessing? presentert på det årlige møte i American Economic Association 2000, memo, Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Keynes, J. M. (1932): *Essays in Persuasion*, New York: Harcourt Brace.
- Kravis, I., A. Heston og R. Summers (1982): The Share of Services in Economic Growth, i F. G. Adams og B. Hickman (red.) *Global Econometrics: Essays in Honor of Lawrence R. Klein*, Cambridge: MIT Press.
- Kravis, I. B. og R. E. Lipsey (1988): National Price Levels and the Prices of Tradables and Nontradables, *American Economic Review*, **78**: 2, s 474-478.
- Maddock, R. og I. McLean (1984): Supply-Side Shocks: The Case of Australian Gold, *Journal of Economic History*, 44: 4, s 1047-1067.
- Rogoff, K. (1996): The Purchasing Power Parity Puzzle, *Journal of Economic Literature*, **XXXIV**, s 647-668.
- Rødseth, A. (2000): Konkurranseutsette og skjerma næringer, i NOU 2000:21 En strategi for sysselsetting og verdiskaping, s 527-545.
- Sachs, J. D. og A. M. Warner (2001): The Curse of Natural Resources, *European Economic Review*, **45**, s 827-838.
- Samuelson, P. (1964): Theoretical Notes on Trade Problems, *The Review of Economics and Statistics*, **46**: 2, s 145-154.

¹ Dersom det ikke er tilfelle, sier økonomer at valutakursene bør bevege seg relativt slik at prisene konvergerer. Det betyr at vekslingsforholdet mellom valutaene tilpasser seg på en måte som gjør at varene til slutt har samme pris.