



*Elisabeth Eng Eibak og  
Randi Johannessen*

**Forventningsindikator -  
konsumprisene**  
Mai-november 2002

# Notater

<b>1. Bakgrunn .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Metode 4</b>	
2.1. Formål.....	4
2.2. Endringer i metode i forhold til Konkurransetilsynets indikator .....	4
2.3. Utvalg av respondenter og konsumgrupper .....	5
2.5. Innsamling av forventet prisendring .....	5
2.6. Revisjon, kontroller og beregning.....	5
2.7. Feilkilder og usikkerhet .....	6
<b>3. Hovedresultat .....</b>	<b>7</b>
3.1. Forventet månedsutvikling.....	7
3.2. Avledet tolv månedersvekst.....	8
<b>Vedlegg 1. Konsumgrupper i utvalget.....</b>	<b>9</b>
<b>Vedlegg 2. Tabeller .....</b>	<b>11</b>
<b>Vedlegg 3. Skjema for innsamling av prisforventninger .....</b>	<b>13</b>
<b>De sist utgitte publikasjonene i serien Notater.....</b>	<b>15</b>



# 1. Bakgrunn

Statistisk sentralbyrå har utarbeidet en forventningsindikator for konsumprisene for perioden mai til november 2002. Indikatoren utarbeides på oppdrag fra Arbeids- og administrasjonsdepartementet (AAD). Konkurransetilsynet har i mange år utarbeidet en tilsvarende indikator, men la ned arbeidet i 2001.

Følgende rammebetingelser ligger til grunn for forventningsindikatoren som ble etablert høsten 2001:

1. Det skal utarbeides forventet månedlige prisendringer for hovedgruppene som inngår i konsumprisindeksen for en 6 måneders periode. Resultatene vil også bli aggregert til total konsumprisindeks. Undersøkelsen skal i alt gjennomføres 2 ganger i året, dvs. en såkalt vår- og høstindikator. Følgende perioder skal inngå i undersøkelsen:

November (t) til mai (t+1) (vårindikatoren)

Mai (t) til november (t) (høstindikatoren)

2. Leveringsfrister:  
Vårindikatoren har frist for levering til AAD 20. januar.  
Høstindikatoren har frist for levering til AAD 20. juni.
3. Undersøkelsen skal være frivillig.
4. Resultatene blir publisert med samme aggregeringsnivå etter konsumgruppe som Konkurransetilsynet leverte, og blir offentliggjort gjennom en rapport i Statistisk sentralbyrås serie Notater.

Undersøkelsen har gjennomgått visse metodiske endringer siden den ble gjennomført for første gang høsten 2001:

- antall oppgavegivere er økt betraktelig
- vektning er innført på mikronivå
- noe forenkling av skjemaet

Disse metodiske endringene påvirker sammenlignbarheten i tidsseriene mellom de to undersøkelsene som til nå er gjennomført. Hensynet til sammenlignbarhet i tidsseriene må imidlertid vurderes i forhold til fordelene med å forbedre metoden. Statistisk sentralbyrå betrakter de to årlige forventningsindikatorerne som to separate undersøkelser, og mener derfor at hensynet til å forbedre metoden er viktigere enn sammenlignbarhet i tidsseriene.

Kapittel 2 gir en beskrivelse av metoden som ligger til grunn for undersøkelsen. I kapittel 3 presenteres hovedresultatene fra undersøkelsen. Vedlegg 1 gir en oversikt over utvalget av konsumgrupper som indikatoren bygger på. Vedlegg 2 gir tabeller med hovedresultatene for perioden mai til november 2002. Vedlegg 3 viser et eksemplar av skjemaet som ble benyttet i innsamlingen av prisforventningene.

## **2. Metode**

### **2.1. Formål**

Forventingsindikatoren har som formål å måle tilbudssidens forventede utvikling i konsumprisene. Beskrivelsen av formålet understreker at prisbegrepet er utsalgspriser til konsumentene. Indikatoren baseres på forventninger hos prissetterne på varer og tjenester rettet mot private forbrukere. Forventingene bygger på et utvalg av vare- og tjenestegrupper som er identisk med de som inngår i konsumprisindeksen (KPI). Prisforventingene for de ulike vare- og tjenestegruppene aggregeres til en totalindeks ved å benytte de samme vekter (forbruksandeler) som inngår i KPI.

### **2.2. Endringer i metode i forhold til Konkurransetilsynets indikator**

Statistisk sentralbyrå har stått fritt i utformingen av forventningsindikatoren og indikatoren er vesentlig endret på flere områder i forhold til indikatoren som Konkurransetilsynet i mange år utarbeidet.

#### **2.2.1. Målepunkt**

I motsetning til Konkurransetilsynet som benyttet et blandet utvalg av enheter (produsenter, importører, aktører i detaljistleddet, journalister, osv.), har Statistisk sentralbyrå kun trukket ut detaljister i tillegg til enkelte offentlige institusjoner. Statistisk sentralbyrå mener at det er riktigere å stille spørsmålene kun til detaljistleddet, siden formålet er definert som utsalgspriser til konsumenter. Ved å spørre om forventet utvikling i faktiske utsalgspriser vil en normalt fange opp planlagte avanseendringer på detaljstnivå, så vel som planlagte prisendringer fra importør eller produsent.

#### **2.2.2. Vare- og tjenesteutvalg - nivå**

Statistisk sentralbyrå ber om forventet framtidig prisutvikling på detaljerte konsumgrupper. Dette er en endring i metoden i forhold til Konkurransetilsynet som ba om anslag på representantvarenivå. Vurdering av en del skjema og svar fra enhetene i utvalget som inngikk i Konkurransetilsynets forventningsindikator, indikerte blant annet at en del enheter ikke hadde mulighet til å gi kvalifiserte anslag på et så detaljert nivå som representantvarenivå. Det er også en viss fare for at varen ikke omsettes hos detaljister som er tilknyttet enheten (foretaket) i utvalget. Ved å innhente anslag på et noe mer aggregert nivå, vil langt flere foretak være i stand til å oppgi forventet prisutvikling. Statistisk sentralbyrå anser det derfor som mer formålstjenlig å be om anslag på konsumgruppenivå.

Konkurransetilsynet utarbeidet også aggregerte tall etter leveringssektor. Ettersom Statistisk sentralbyrå samler inn forventet prisendring på et mer aggregert nivå er en slik omgruppering av data ikke mulig.

#### **2.2.3. Frivillig undersøkelse**

Undersøkelsen om prisforventninger er en frivillig undersøkelse. Konkurransetilsynet benyttet pristiltakslovens bestemmelser om opplysningsplikt ved gjennomføringen av sin undersøkelse.

### **2.3. Utvalg av respondenter og konsumgrupper**

For best mulig å gjenspeile utvalget av bedriftene som inngår i KPI, ble utvalget av respondenter bestemt med utgangspunkt i bedriftsutvalget for KPI. Hver enkelt bedrifts tilhørende foretak ble plukket ut. Foretaksnivå (og hovedkontor for kjeder) er valgt som enhet fordi disse i stor grad antas å representere prisfastsetterne på varer og tjenester som inngår i KPI. Utvalget av enheter er dermed ikke direkte geografisk stratifisert. Foretak, samt hovedkontor for diverse kjeder på detaljstnivå, er også til en viss grad konsentrert i Oslo/større byer.

For å unngå at bedrifter som leverer månedlige priser til KPI også skulle gi anslag på fremtidig prisutvikling, ble enbedriftsforetak lukket ut. Dette reduserte utvalget av foretak til 476 enheter. Utvalget ble ytterligere redusert ved å velge ut administrative hovedkontor for kjeder innen dagligvarer, klær, sportsartikler, elektriske artikler og møbler. Ytterligere reduksjon av utvalget ble foretatt i næringer hvor deknningen av flerbedriftsforetak var spesiell stor, for eksempel bilforretninger og bilverksteder. For de næringer hvor dekningsgraden av flerbedriftsforetak ble for lav, ble utvalget supplert med foretak som ikke tilhører bedriftene i utvalget til KPI. I tillegg ble energiprodusenter, enkelte offentlige instanser (kommuner) og andre institusjoner inkludert i utvalget. I alt gav dette et utvalg på 465 enheter.

Enhetene er spurt om forventet prisutvikling for konsumgrupper som KPI bygger på, se vedlegg 1. Utvalget av konsumgrupper er identiske med alle vare- og tjenestegruppene som inngår i KPI på 4-sifret COICOP<sup>1</sup> nivå. En del konsumgrupper er imidlertid såpass sammensatte (f.eks. sosiale omsorgstjenester) at det har vært nødvendig å be om anslag på representantvarenivå.

Indikatoren bygger i sin helhet på forventede og planlagte prisendringer per mai/juni 2002. Konsumgrupper hvor det enten ikke har vært mulig å finne enheter som kan gi kvalifiserte anslag eller hvor ingen av enhetene har rapportert anslag utelates i beregningene. I all hovedsak omfatter dette kun noen få grupper som i tillegg har liten vekt. Utelatelse av disse gruppene har trolig ikke påvirket de aggregerte anslagene på hovedgrupper og totalindeks i nevneverdig grad.

Vedlegg 1 gir en mer detaljert oversikt over konsumgrupper som inngår i forventingsindikatoren for mai til november 2002.

### **2.5. Innsamling av forventet prisendring**

Undersøkelsen er gjennomført som en postal skjemabasert undersøkelse. Skjemaet ble sendt ut i månedskiftet april/mai med om lag 14 dagers svarfrist. Selv om undersøkelsen er frivillig ble det likevel sendt en påminnelse til respondenter som ikke hadde besvart innen tidsfristen. Endelig svarprosent i undersøkelsen er vel 70 prosent.

### **2.6. Revisjon, kontroller og beregning**

Det er utviklet et program for identifisering av ekstreme anslag. Anslagene er blitt kontrollert og mulige feil som kan skyldes bevisst feilrapportering er lukket ut. Utover vanlige kontroller er det ellers ikke foretatt noen justeringer av anslagene verken med hensyn til sesongsvingninger eller kjente avgiftsendringer.

Manglende verdier på 4-sifret konsumgruppenivå som skyldes både totalt og partielt frafall er imputert med et likeveid snitt av anslagene fra andre respondenter for den aktuelle konsumgruppen.

---

<sup>1</sup>Classification of individual consumption by purpose. En konsumklassifisering utarbeidet av FN hvor klassifiseringskriteriet er sluttformålet med konsumet.

I beregningen av indikatoren er hver enkelt foretak vektet ut fra den omsetning foretaket er registrert med i Statistisk sentralbyrås Bedrift- og foretaksregister (BOF). Foretak som ikke er registrert med omsetning får imputert en omsetningsverdi basert på andre enheter i utvalget. Enheter i utvalget som ikke er registrert med omsetning, som kommuner og andre offentlige institusjoner benyttes uveid i beregningene av indikatoren.

Det beregnes et veid snitt av alle anslagene for hver konsumgruppe (4-sifret COICOP). Konsumgruppene aggregeres til grupper (3-sifret COICOP), hovedgrupper (2-sifret COICOP) og totalindeks ved å benytte de samme vektandelene som inngår i KPI. Vektandelene bygger på et glidende gjennomsnitt av de årlige forbruksundersøkelsene for 1998, 1999 og 2000.

## 2.7. Feilkilder og usikkerhet

Det er knyttet en rekke feilkilder til spørreundersøkelser. Vanlige feilkilder er:

- innsamlings- og bearbeidingsfeil (registerfeil)
- utvalgsusikkerhet
- ikke-utvalgsfeil (målefeil)
- frafall

Registerfeil skyldes overdekning (dvs. enheter som har opphørt å eksistere fortsatt er notert som aktive), underdekning (nye enheter registreres ikke) og feilklassifisering. Utvalget i denne undersøkelsen er etablert gjennom utvalget av bedrifter i KPI, men opplysningene om fremtidig prisutvikling er hentet fra foretaksnivå. Bedriftsutvalget i KPI trekkes fra BOF. Dersom opplysninger om foretakene (og bedriftene) ikke er tilstrekkelig oppdatert eller feilklassifisert, kan utvalget i denne undersøkelsen også være heftet med feil. Omsetningstall som ligger til grunn for vektingen av hver enkelt enhet i beregningen av indikatoren er et eksempel på opplysninger som vil være noe foreldet i BOF.

Utvalgsusikkerhet er forårsaket at det ved innhenting av opplysningene er benyttet et utvalg og ikke en totaltelling. Usikkerheten knyttet til utvalgsundersøkelser reduseres normalt når størrelsen på utvalget øker. I etableringen av utvalget til denne undersøkelsen er antall respondenter som skal gi opplysninger om en eller flere aktuelle konsumgrupper bestemt ut fra hvor stor vekt og hvor stor prisvariasjon denne konsumgruppen har.

Enkelte aktører i utvalget har oppgitt at de ikke ønsker å bli kontaktet på nytt. Disse enhetene må erstattes. Den form for avgrensning av utvalget som vi har foretatt (foretak/hovedkontor) gjør det vanskelig å finne gode erstatninger. I kombinasjon med at dette er en frivillig undersøkelse kan dette på sikt føre til såpass reduksjon av utvalget at undersøkelsen ikke vil gi signifikante resultat.

Det er flere kilder til målefeil; spørreskjemaet, respondenten og respondentens informasjonssystem. Det er vanskelig å vurdere kvaliteten av et spørreskjema på en objektiv måte. Omfattende kognitive tester hvor nøyaktige analyser av spørsmålene for å identifisere strategier som vil gi mer presise svar vil ofte være nødvendig.

En vanlig målefeil i spørreundersøkelser er knyttet til at enheten misforstår spørsmålene eller bevisst rapporterer feil. Hvor god kjennskap foretaket har til sin sektor er også avgjørende for det endelige resultatet. Ved å spørre foretak om fremtidig prisutvikling på konsumgrupper som er relevant for den sektoren dette foretaket tilhører, reduseres usikkerheten i anslagene. Henvendelse utelukkende til detaljistsiden i norsk økonomi, skal bidra til ytterligere å redusere usikkerheten i anslagene.

Det er grunn til å anta at foretakene/hovedkontorene i utvalget i stor grad er prisfastsettere, noe som kan resultere i at forventningene om fremtidig prisutvikling like gjerne bygger på planlagte endringer.

Dette, i motsetning til å spørre pristakerne (f.eks. husholdninger) som kun kan forvente hva prisfastsetterne har tenkt å gjøre. På den annen side kan det være en fare for at aktørene i detaljistleddet bevisst rapporterer feil for ikke "avsløre" sin fremtidige prisprofil. Tilbakemeldinger fra enhetene i utvalget tyder også på at det er svært vanskelig å angi forventet prisutvikling fra måned til måned. Jo lengre frem i tid det spørres om, desto vanskeligere er det for enhetene å gi kvalifiserte anslag.

Som nevnt over er denne undersøkelsen frivillig hvor svarprosenten er på vel 70 prosent. Totalt frafall (enhetsfracfall) og partielt frafall er en vanlig kilde til usikkerhet. Et viktig kriterium er hvordan respondentene som har svart skiller seg fra de som ikke har svart.

### **3. Hovedresultat**

#### **3.1. Forventet månedsutvikling**

Forventingsindikatoren for perioden mai til november 2002 sett under ett viser at det forventes sterkest prisvekst for gruppene "utdanning" og "hotell- og restauranttjenester", se tabell 1. I KPI måles prisutvikling på utdanning i form av utviklingen i egenandeler knyttet til ulike utdanningsinstitusjoner. Forventingsindikatoren viser at disse egenandelene samlet forventes å stige i september med 4,3 prosent i perioden mai til november 2002. Gruppen hotell- og restauranttjenester forventes å få en prisoppgang på 3,7 prosent og prisene på hotelltjenester forventes å stige mer enn restauranttjenester.

Gruppene "bolig, lys og brensel" og "transport" er vektmessig de to viktigste konsumgruppene i KPI. Tabell 1 viser at utgifter knyttet til bolig, lys og brensel forventes å stige med 1,9 prosent i perioden mai til november 2002. Forventningene til elektrisitet og brensel de neste 6 månedene forklarer mesteparten av denne oppgangen. Anslagene for utviklingen i elektrisitetsprisene viser nedgang i første del av perioden og oppgang i andre del av perioden. Husleier forventes kun å ha en beskjeden økning i samme periode.

Transportgruppen forventes å ha en prisstigning på 1,4 prosent fra mai til november. Det er særlig forventningene til prisutviklingen på bensin som forklarer prisveksten i denne gruppen, men også prisene på vedlikehold av transportmidler forventes å stige de neste 6 månedene.

Det forventes at klær og sko samlet får en prisnedgang på 3,1 prosent for perioden mai til november. Klær forventes å falle noe kraftigere i pris enn skotøy. Den månedlige forventede prisutviklingen tyder på at aktørene har klart å predikere sesongmønsteret på klær og sko med prisnedgang i salgsmånedene juni og juli, se tabell 2. Aktørene forventer derimot oppgang i prisene i august, mens også denne måneden historisk sett er preget av salg på klær og skotøy.

Gruppen "matvarer og alkoholfrie drikkevarer" viser også forventet prisnedgang i hele perioden sett under ett. Prisene forventes å stige i juli og august for deretter å falle i september, oktober og november, se tabell 2. Forventet prisutvikling på ferske kjøttvarer, frisk frukt og grønnsaker er forklaringsfaktorer til denne utviklingen. Jordbruksoppgjøret med virking fra 1. juli er ofte en medvirkende årsak til oppgang i matvareprisene i juli og august, mens sesongmessig prisnedgang på frukt og grønnsaker ofte bidrar til å dempe prisveksten på matvarer i høstmånedene. Prisene på grønnsaker og poteter forventes å stige i perioden september og oktober, noe som ikke er helt i tråd med det sesongmønsteret denne gruppen normalt viser på høstparten. Aktørene anslår derimot prisnedgang på frisk frukt i perioden september - november. Spredningen i anslagene som aktørene oppgir for frukt og grønnsaker er imidlertid såpass stor at resultatene må tolkes med varsomhet.



Aggregert til totalindeks gir forventningene en prisvekst på 1,0 prosent for perioden mai til november 2002. Totalindeksen anslås å falle i juni og juli med 0,2 prosent i begge måneder, se tabell 2. Resten av perioden forventes det totalt en månedlig prisoppgang som varierer mellom 0,2 og 0,5 prosent.

### 3.2. Avledet tolv månedersvekst

Gruppen "klær og sko" viser en negativ avledet<sup>2</sup> 12-månedersvekst hver måned i perioden mai – november 2002. På alkohol og tobakksvarer gir også prisforventningene negativ 12-månedersvekst, noe som har sammenheng med avgiftsreduksjonen på alkoholholdige drikkevarer ved nyttårsskiftet 2001/2002. For gruppen "matvarer og alkoholfrie drikkevarer" gir prisforventningene en negativ 12-månedersvekst i juni. Fra juli og resten av perioden fører derimot forventningene til positive 12-månedersvekster. Dette må ses i sammenheng med at effekten av momsreduksjonen i juli 2001 faller bort.

For gruppene "bolig, lys og brensel" og "transport" gir forventet prisutvikling langt høyere avledet 12-månedersvekst i slutten av perioden enn i sommermånedene, se tabell 3.

Aktørene i markedet forventer en noe lavere prisstigning på utdanning sett i forhold til samme periode i fjor. Dette gjenspeiles ved at avledet 12-månedersvekst går kraftig ned fra august til september.

Aggregert til totalindeks gir prisanslagene for de ulike hovedgruppene en avledet 12-månedersvekst på kun 0,1 i juni. Fra juli gir forventningene 12-månedersvekster i leiet 1,3 – 2,2 prosent. Høyest 12-månedersvekst forventes i november.

Forventningsindikatoren baseres utelukkende på anslag og vil nødvendigvis ikke gjenspeile faktisk prisutvikling. Analyse av indikatorene for 2001 som Konkurransetilsynet utarbeidet, viser at anslagene både i vår- og høstindikatoren som regel ligger over faktisk prisutvikling. Avvikene fra faktisk samlet prisvekst for de to periodene er til dels betydelige.

---

<sup>2</sup> Fremkommer ved å benytte anslåtte indekser for hver måned i perioden juni - november 2002 sett i forhold til faktiske indekser i samme periode året før.

# Vedlegg 1. Konsumgrupper i utvalget

COICOP	Navn
K0111	Brød og kornprodukter
K0112	Kjøtt
K0113	Fisk
K0114	Melk, ost og egg
K0115	Oljer og fett
K0116	Frukt
K0117	Grønnsaker, inkludert poteter og andre rotvekster
K0118	Sukker, syltetøy, sjokolade og andre sukkervarer
K0119	Andre matvarer
K0121	Kaffe, te, og kakao
K0122	Mineralvann, leskedrikker og juice
K0211	Brennevin
K0212	Vin
K0213	Øl
K0220	Tobakk
K0312	Klesplagg
K0313	Andre klesplagg og tilbehør til klær
K0314	Rensing, vask, reparasjon og leie av klær
K0321	Sko og annet fottøy
K0322	Vedlikehold, reparasjon og leie av fottøy
K0411	Betalt husleie, bolig
K0412	Betalt husleie, fritidsbolig
K0421	Beregnet husleie, bolig
K0422	Beregnet husleie, fri bolig og fritidsbolig
K0431	Produkter til vedlikehold og reparasjon av bolig og fritidsbolig
K0432	Tjenester for vedlikehold og reparasjon av bolig og fritidsbolig
K0440	Andre tjenester knyttet til bolig og fritidsbolig
K0451	Elektrisitet
K0453	Flytende brensel
K0454	Fast brensel
K0455	Fjernvarme mv.
K0511	Møbler, innrednings- og dekorasjonsartikler
K0512	Tepper og annet gulvbelegg
K0520	Boligtekstiler
K0531	Komfyrer, varmeovner, kjøleskap, andre større husholdningsapp.
K0532	Mindre elektriske husholdningsapparater
K0533	Reparasjon av husholdningsapparater
K0540	Kjøkkenutstyr, glass, dekketøy mv.
K0551	Større verktøy
K0552	Mindre verktøy og diverse tilbehør
K0561	Vaskepulver, rengjøringsmidler og andre husholdningsartikler
K0562	Lønnet husarbeid (bl.a. private barnehager)
K0611	Legemidler
K0613	Briller mv.
K0621	Legetjenester utenom institusjon
K0622	Tannlegetjenester utenom institusjon
K0623	Paramedisinske tjenester utenom institusjon
K0711	Biler
K0712	Motorsykler
K0713	Sykler
K0721	Reservedeler og tilbehør
K0722	Drivstoff og smøremidler
K0723	Vedlikehold og reparasjon på verksted

K0724	Andre tjenester knyttet til privat bruk av transportmidler
K0731	Passasjertransport med jernbane, T-bane og trikk
K0732	Passasjertransport på vei
K0733	Passasjertransport med fly
K0734	Passasjertransport i båt
K0810	Posttjenester
K0820	Teleutstyr
K0830	Teletjenester
K0911	Audiovisuelt utstyr
K0912	Fotoutstyr, kikkerter mv.
K0913	IT-utstyr
K0914	Film, CD, kassetter o.l.
K0915	Reparasjon av audiovisuelt utstyr, foto-, IT-utstyr
K0921	Båter og båtutstyr
K0922	Musikkinstrumenter og innendørs trenings- og hobbyutstyr
K0931	Spill, leker og hobby
K0932	Utstyr til sport, camping og utendørs aktiviteter
K0933	Blomster og hage
K0941	Sport- og fritidstjenester
K0942	Kulturelle tjenester, underholdning
K0951	Bøker
K0952	Aviser og tidsskrifter
K0954	Skrivemateriell
K0960	Feriereiser, pakketurer
K1010	Førskole og barneskole
K1020	Ungdomsskole, videregående skole og folkehøgskole
K1040	Høgskole og universitet
K1111	Restauranttjenester
K1112	Kantiner
K1120	Hoteltjenester
K1211	Hår- og skjønnhetspleie
K1212	Elektriske apparater til personlig pleie
K1213	Toalettartikler
K1231	Smykker og ur
K1232	Andre personlige effekter
K1240	Sosiale omsorgstjenester
K1252	Bolig- og innboforsikring
K1254	Bilforsikring inkl. reiseforsikring
K1262	Finansielle tjenester ellers
K1270	Andre tjenester

Tabell 1. Indekstall for total konsumprisindeks og hovedgrupper. Mai 2002=100  
Endringstall i prosent.

Konsumgruppe	Juni 2002	Juli 2002	Aug. 2002	Sept. 2002	Okt. 2002	Nov. 2002	Endring mai - nov. 2002
Total	99,8	99,6	100,1	100,5	100,8	101,0	1,0
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	100,0	100,2	100,6	100,4	99,8	99,7	-0,3
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	100,0	100,0	100,1	100,2	100,5	100,6	0,6
Klær og skotøy	97,6	91,3	94,5	96,3	96,8	96,9	-3,1
Bolig, lys og brensel	99,6	99,6	100,1	100,5	101,2	101,9	1,9
Møbler og husholdningsartikler mv.	100,0	100,0	99,8	100,4	100,5	100,5	0,5
Helsepleie	100,1	100,1	100,1	101,0	101,1	101,1	1,1
Transport	99,8	100,2	100,5	101,2	101,4	101,4	1,4
Post og telejenester	100,0	99,9	99,9	99,9	99,9	99,9	-0,1
Kultur og fritid	100,0	100,7	100,8	100,9	100,9	101,0	1,0
Utdanning	100,0	100,0	100,0	104,3	104,3	104,3	4,3
Hotell- og restaurantjenester	101,6	101,8	102,2	102,9	103,1	103,7	3,7
Andre varer og tjenester	100,6	100,8	100,7	101,0	101,6	102,0	2,0

Tabell 2. Månedsendring for total konsumprisindeks og hovedgrupper.

Konsumgruppe	Juni 2002	Juli 2002	Aug. 2002	Sept. 2002	Okt. 2002	Nov. 2002
Total	-0,2	-0,2	0,5	0,4	0,3	0,2
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	0,0	0,2	0,4	-0,2	-0,6	-0,1
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	0,0	0,0	0,1	0,1	0,3	0,1
Klær og skotøy	-2,4	-6,5	3,5	1,9	0,5	0,1
Bolig, lys og brensel	-0,4	0,0	0,5	0,4	0,7	0,7
Møbler og husholdningsartikler mv.	0,0	0,0	-0,2	0,6	0,1	0,0
Helsepleie	0,1	0,0	0,0	0,9	0,1	0,0
Transport	-0,2	0,4	0,3	0,7	0,2	0,0
Post og telejenester	0,0	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Kultur og fritid	0,0	0,7	0,1	0,1	0,0	0,1
Utdanning	0,0	0,0	0,0	4,3	0,0	0,0
Hotell- og restaurantjenester	1,6	0,2	0,4	0,7	0,2	0,6
Andre varer og tjenester	0,6	0,2	-0,1	0,3	0,6	0,4

Tabell 3. Avledet 12-månedersvekst for total konsumprisindeks og hovedgrupper.

Konsumgruppe	Juni 2002	Juli 2002	Aug. 2002	Sept. 2002	Okt. 2002	Nov. 2002
Total	0,1	1,3	1,9	1,7	2,1	2,2
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	-7,4	1,8	2,6	2,8	2,3	2,2
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	-0,8	-0,9	-0,8	-1,2	-1,0	-0,8
Klær og skotøy	-4,2	-7,5	-3,3	-5,2	-5,6	-6,2
Bolig, lys og brensel	1,7	1,6	1,9	1,7	2,5	2,8
Møbler og husholdningsartikler mv.	0,9	0,8	1,2	1,4	1,4	1,5
Helsepleie	4,1	4,4	3,4	4,3	4,3	4,3
Transport	0,0	1,3	1,6	2,1	3,0	3,5
Post og teletjenester	3,8	2,9	2,7	2,9	3,2	2,9
Kultur og fritid	0,9	1,2	1,7	1,8	1,9	2,0
Utdanning	10,4	10,4	10,4	4,5	4,5	4,5
Hotell- og restauranttjenester	5,6	5,8	5,5	5,4	5,6	6,1
Andre varer og tjenester	3,4	3,5	3,9	3,7	3,6	3,9

Tabell 4. Forventet veid månedsbidrag i prosent til endring i konsumprisindeksen, hovedgrupper.

Konsumgruppe	Vekt i promille	Juni 2002	Juli 2002	Aug. 2002	Sept. 2002	Okt. 2002	Nov. 2002
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	119,4	0,00	0,02	0,05	-0,02	-0,07	-0,01
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	28,2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00
Klær og skotøy	61,2	-0,15	-0,40	0,21	0,12	0,03	0,01
Bolig, lys og brensel	253,0	-0,10	0,00	0,13	0,10	0,18	0,18
Møbler og husholdningsartikler mv.	62,7	0,00	0,00	-0,01	0,04	0,01	0,00
Helsepleie	27,1	0,00	0,00	0,00	0,02	0,00	0,00
Transport	199,6	-0,04	0,08	0,06	0,14	0,04	0,00
Post og teletjenester	21,7	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kultur og fritid	121,5	0,00	0,09	0,01	0,01	0,00	0,01
Utdanning	3,1	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00
Hotell- og restauranttjenester	40,5	0,06	0,01	0,02	0,03	0,01	0,02
Andre varer og tjenester	62,0	0,04	0,01	-0,01	0,02	0,04	0,02

## Undersøkelse om forventet utvikling i detaljpriser

Navn \_\_\_\_\_ Næringskode \_\_\_\_\_ Kommune \_\_\_\_\_  
 Kontaktperson \_\_\_\_\_  
 Adresse \_\_\_\_\_  
 Postnummer Poststed \_\_\_\_\_ Foretaksnummer \_\_\_\_\_

Dette skjemaet spør om **forventet utvikling i salgsprisene til forbruker** for en del varegrupper i de bedrifter ditt foretak representerer. Vi ber deg angi forventet prisendring så godt det lar seg gjøre. Selv om du er usikker på hvordan prisutviklingen vil bli, er det viktig at du anslår hvordan du **tror** den vil bli for de ulike varegruppene i de periodene vi spør om.

1. **Forventer ditt foretak å endre salgsprisene ut fra forretning på de varegruppene som er med i tabellen nedenfor? Vennligst sett ett kryss for hver av varegruppene vi spør om i den/de månedene(e) endringen(e) finner sted. Angi forventet oppgang eller nedgang i prosent. Angi prosentsetningen med en desimal.**

Pil opp ▲ betyr forventet oppgang, pil ned ▼ betyr forventet nedgang.

Varegruppe	Forventet månedlig prisendring					
	Mai - juni 2002	Juni - juli 2002	Juli - aug. 2002	Aug. - sept. 2002	Sept. - okt. 2002	Okt. - nov. 2002
Varegruppe 1	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret
Varegruppe 2	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret
Varegruppe 3	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret
Varegruppe 4	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> ▲ → .....% <input type="checkbox"/> ▼ → .....% <input type="checkbox"/> Uendret

VEND!

Kontakt i Statistisk sentralbyrå: Elisabeth Eng Eibak, s240, tlf. 21094737

2. Vi vil også gjerne vite hvordan ditt foretak forventer at konsumprisindeksen samlet vil utvikle seg i perioden fra mai 2002 til mai 2003. Sett ett kryss og angi forventet oppgang eller nedgang i prosent. Angi prosentatsen med en desimal.

<input type="checkbox"/>	▲ Vi forventer at prisene vil gå opp →	Angi forventet prosentvis oppgang: .....	%
<input type="checkbox"/>	▼ Vi forventer at prisene vil gå ned →	Angi forventet prosentvis nedgang: .....	%
<input type="checkbox"/>	Vi forventer at prisene vil forbli uendret		
<input type="checkbox"/>	Vet ikke		

3. Hvem kan vi kontakte i ditt foretak hvis vi har spørsmål om prisutviklingen på varegruppene nevnt ovenfor?

Navn:.....  
Telefon: .....

Stilling: .....  
E-post:.....

4. Har du kommentarer til opplysningene du har gitt i skjemaet? Vennligst skriv dem i feltet nedenfor.

Takk for hjelpen!

## De sist utgitte publikasjonene i serien Notater

- 2002/19 F. Gundersen og L. Solheim: Regionalisering av FoU-statistikken. 43.s
- 2002/20 L. Vågane: Omnibusundersøkelsen november/desember 2001. Dokumentasjonsrapport. 56s.
- 2002/21 G. Claus, O. Haugen, P.M. Holt og E. Knutsen: Regnskapsstatistikk. Næringsoppgaver for ikke-finansielle aksjeselskaper, 1999. Dokumentasjon. 34s.
- 2002/22 M. Takle: Befolkningsstatistikk på rute-nett. Dokumentasjon. 35s
- 2002/23 D. Roll-Hansen, S. Ferstad, M. Stålnacke, P. Tuhus og R. Nøtnæs: En spørre-skjemametodisk gjennomgang av datainnsamling gjennom Grunnskolens informasjonssystem (GSI). 109s.
- 2002/24 T.P. Bøe og I. Håland: Dokumentasjon av arbeidskraftundersøkelsen (AKU). 85s.
- 2002/25 A. Akselsen og T. Sandnes: FD - Trygd: Dokumentasjonsrapport. Stønader til enslig forsørger. 1992-2000. 46s.
- 2002/26 E. Rønning: Statistisk sentralbyrås tidsbruksundersøkelse 2000/01. Dokumentasjon og resultater fra intervjuet. 125s.
- 2002/27 S. Myro og C. Torp: Stedsfesting av bedrifter i Bedrifts- og foretaksregisteret. Hovedprosjekt. 37s.
- 2002/28 C. Nordseth og T. Sandnes: FD - Trygd: Dokumentasjonsrapport. Foreløpig uførestønad. 1992-2000. 37s.
- 2002/29 S. Derakhshanfar og T. Sandnes: FD - Trygd: Dokumentasjonsrapport. Økonomisk sosialhjelp. 1992-2000. 36s.
- 2002/30 I. Johansen: Undersøking om foreldrebetaling i barnehagar, januar 2002. 42s.
- 2002/31 T.M. Køber, H. Moafi, E. Rønning og Ø. Sivertstøl: Bruk av forløpsdatabaser i Statistisk sentralbyrå. 60s.
- 2002/32 T.M. Normann: Omnibusundersøkelsen februar/mars 2002. Dokumentasjonsrapport. 37s.
- 2002/33 S. Reid: Bosettingskriteriene i inntektssystemet til kommunene. Erfaringer med overgang til ny beregningsmåte og nye bosettingskriterier, 2002. 43s.
- 2002/34 K.E. Engebretsen, P.E Gjedtjernet, S. Kristoffersen, P.G. Larssen og J.H. Wang: Mottak og tilrettelegging av SLN-data. 49s.
- 2002/35 D. Rafat: Analyse av sammenheng mellom ektefellers sysselsetting i en familie. 27s.
- 2002/36 A. Bruvoll og T. Bye: En vurdering av avfallspolitikken bidrag til løsning av miljø - og ressursproblemer. 31s.
- 2002/37 K.I. Bøe: B.R. Joneid: KOSTRA revisjonssystem. Malverk for generelt revisjonssystem - KOSTRA-data. Revidert utgave. 66s.
- 2002/38 N. Arnesen, G. Daugstad, O.E. Hallingstad, E. Skretting Lunde og B.Vold: Kvalitetssikring i KOSTRA. Forslag til dokumentasjonsrutiner med erfaring fra FylkesKOSTRA-helsetjenester, somatikk. 54s.
- 2002/39 H. Moafi: Omlegging av folkehøgskolestatistikk. Overgang til elektronisk rapportering. 31s.
- 2002/40 Ø. Kleven: Mediebrukundersøkelsen 2001. Dokumentasjonsrapport. 43s.
- 2002/41 Ø. Kleven: Samordnet levekårsundersøkelse 2000 - panelundersøkelsen. Dokumentasjonsrapport. 129s.
- 2002/42 L. Solheim: Foreløpige tall i FoB2001 Utvalg,vekter, estimering og usikkerhet. 64s.
- 2002/43 A. Andersen, E. Birkeland, J. Epland og M. I. Kirkeberg: Økonomi og levekår for ulike grupper trygdemottakere 2001. Foreløpig rapport. 214s.