

Elisabeth Eng Eibak

**Forventningsindikator-
konsumprisene**

Mai - november 2003

Notater

Innhold

1.	Bakgrunn.....	3
2.	Metode	4
2.1.	Formål	4
2.2.	Endringer i metode i forhold til Konkurransetilsynets indikator.....	4
2.3.	Utvalg av respondenter og konsumgrupper.....	4
2.5.	Innsamling av forventet prisendring.....	5
2.6.	Revisjon, kontroller og beregning	5
2.7.	Feilkilder og usikkerhet.....	6
3.	Hovedresultat.....	7
3.1.	Forventet månendsendring	7
3.2.	Avledet tolv månedersvekst	8
	Vedlegg 1. Konsumgrupper i utvalget.....	9
	Vedlegg 2. Tabeller	11
	Vedlegg 3. Forventet konsumprisvekst - november 2001 - november 2003.....	14
	Vedlegg 4. Skjema for forventet prisutvikling	15
	De sist utgitte publikasjonene i serien Notater	19

1. Bakgrunn

Statistisk sentralbyrå har utarbeidet forventningsindikatorer for perioden mai 2003 til november 2003 på oppdrag fra Arbeids- og administrasjonsdepartementet (AAD). Forventningsindikatoren har som formål å måle tilbudssidens forventede utvikling i konsumprisene. Undersøkelsen har vært gjennomført siden høsten 2001. Før den tid utarbeidet Konkurransetilsynet en tilsvarende forventningsindikator.

Følgende rammebetingelser ligger til grunn for forventningsindikatoren:

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

November (år t) til mai (år t+1) (vårindikatoren)
Mai (år t) til november (år 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 på hovedgruppenivå og på total indeksnivå fra hver enkelt undersøkelse blir offentliggjort gjennom en rapport i Statistisk sentralbyrås serie Notater.

Statistisk sentralbyrå betrakter de to årlige forventningsindikatorerne som to separate undersøkelser. Gjennomføringen av høstindikatoren for 2003 bygger imidlertid på samme metode som vårindikatoren 2003.

Dette notatet omtaler primært høstindikatoren 2003. 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 2003 til november 2003. Vedlegg 3 gir en oversikt over forventningene for de 4 undersøkelsene som til nå er gjennomført, det vil si for perioden november 2001 til november 2003. Vedlegg 4 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 detaljistledet, 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 detaljistledet, 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, det vil si en gruppe av varer og tjenester. Dette er en endring i metoden i forhold til Konkurransetilsynet som ba om anslag på representantvarenivå, det vil si spesifiserte produkter. 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 og større byer.

For å unngå at bedrifter som leverer månedlige priser til KPI også skulle gi anslag på fremtidig prisutvikling, ble enbedriftsforetak luket 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 ga dette et utvalg på 428 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 COICOP¹ 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 2003. 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 2003 til november 2003.

2.5. Innsamling av forventet prisendring

Undersøkelsen er gjennomført som en postal skjema basert undersøkelse. Skjemaet ble sendt ut i uke 19 i 2003 med om lag 14 dagers svarfrist. Det ble sendt et "purrebrev" til respondenter som ikke hadde besvart innen tidsfristen. Av de 428 respondentene returnerte i overkant av 68 prosent skjemaet. I tillegg til respondentene som har gitt forventninger, inneholder denne svarprosenten også respondenter som oppgav at de ikke var interessert i å delta i undersøkelsen. Noen få oppga at foretaket ikke lenger eksisterte. Endelig antall svar som inngår i undersøkelsen er rundt 63 prosent.

2.6. Revisjon, kontroller og beregning

Anslagene er blitt kontrollert og mulige feil som kan skyldes bevisst feilrapportering er luket ut. Returnerte skjema leses optisk, og eventuelle feil som kan oppstå i denne prosessen blir også fanget opp gjennom kontrollrutinene. Utover vanlige kontroller er det ellers ikke foretatt noen justeringer av anslagene verken med hensyn på sesongsvingninger eller avgiftsendringer.

Indikatoren bygger i sin helhet på forventninger per mai 2003. Manglende verdier som skyldes både totalt og partielt frafall er imputert med et likeveid snitt av anslagene for den aktuelle konsumgruppe levert fra andre respondenter.

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. Enhetene 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 konsumprisindeksen. Vektandelene bygger på et glidende gjennomsnitt av de årlige forbruksundersøkelsene for 1999, 2000 og 2001.

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

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 konsumprisindeksen, men opplysningene om fremtidig prisutvikling er hentet fra foretaksnivå. Bedriftsutvalget i konsumprisindeksen trekkes fra Statistisk sentralbyrås Bedrift- og foretaksregister. Dersom opplysninger om foretakene (og bedriftene) ikke er tilstrekkelig oppdatert eller feilklassifisert, kan utvalget i denne undersøkelsen også være heftet med feil.

Utvalgsusikkerhet er forårsaket at det ved innhenting av opplysningene er benyttet et utvalg og ikke en totaltelling. Utvalgsfeilen 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 erstatter. 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 svarer vil ofte være nødvendig. Slike kognitive tester er imidlertid meget ressurskrevende.

En vanlig målefeil i spørreundersøkelser er knyttet til at respondenten misforstår spørsmålene eller bevisst rapporterer feil. Hvor godt kjennskap respondenten har til sin sektor er også avgjørende for det endelige resultatet. Ved å spørre respondentene om fremtidig prisutvikling på konsumgrupper som er relevant for den sektoren respondenten tilhører, skal bidra til å redusere 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 detaljistledet 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 en frivillig undersøkelse hvor svarprosenten er på rundt 63 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. Ved å imputere manglende verdier med et likeveid snitt av anslagene for hver konsumgruppe fra respondentene som har levert, har vi forutsatt at forventningene til manglende respondenter ikke skiller seg fra respondentene som oppga forventet prisutvikling. Dette er en antakelse som nødvendigvis ikke gjenspeiler de forventningene disse respondentene ville oppgitt.

3. Hovedresultat

3.1. Forventet månendsendring

Undersøkelsen viser at aggregert til en totalindeks forventer tilbudssiden en prisvekst på 0,2 prosent for perioden mai til november 2003, se tabell 1.

Det er store variasjoner mellom månedene (se tabell 2). Høyest månedlig prisvekst er forventet fra august til september med en vekst på 0,9 prosent, mens det er forventet en prisnedgang på 0,7 prosent fra mai til juni. Den faktiske prisnedgangen fra mai til juni var på 0,3 prosent. Det var forventet større nedgang i prisene på klær og skotøy enn det som faktisk ble registrert fra mai til juni. For de resterende månedene i den aktuelle 6-måneders perioden er det forventet svake prisendringer på totalnivå.

Samlet forventet prisvekst ekskludert forventet utvikling i elektrisitetsprisene, viser at elektrisitet trakk ned prisveksten i juni og juli og trekker opp i september og oktober, se tabell 4. Tabell 4 viser også at forventet prisutvikling på alle energivarer inkludert elektrisitet viser samme mønster som indeksen ekskludert elektrisitetspriser.

Aggregert til hovedgrupper viser tabell 1 at det for perioden mai til november sett under ett forventes høyest prisvekst for gruppene "utdanning" og "helsepleie" med en vekst på hhv. 6,3 og 4,9 prosent. Analyse av undergrupper viser at innen gruppen "helsepleie" er det forventet en prisnedgang på legemidler, mens det er forventet en prisoppgang helsetjenester.

Det er forventet at gruppen "andre varer og tjenester" skal gå opp 2,4 prosent. Denne gruppen dekker varer og tjenester innen personlig pleie, sosiale omsorgstjenester, ulike personlige varer og forsikringstjenester. Det er først og fremst forventet prisoppgang på tjenester som medvirker til prisveksten for gruppen sett under ett.

Prisene på matvarer og alkoholfrie drikkevarer forventes å gå opp med 1,9 prosent fra mai til november. Det er gruppene frukt og grønnsaker som har store variasjoner, og for disse matvarene kan det være vanskelig å predikere sesongsvingningene.

Prisene på hotell- og restauranttjenester forventes å øke med 1,3 prosent. Det er forventet en nedgang i hotellprisene de første månedene, noe som ser ut til å være sesongmønsteret i sommermånedene de siste årene.

I gruppen "bolig, lys og brensel" er det kun forventet en svak oppgang fra mai til november. I juni og juli er det forventet en prisnedgang, mens en økning i prisene fra august til november. Dette er i stor grad påvirket av forventningene til utvikling i elektrisitetsprisene. Dette samsvarer med faktisk sesongutvikling i elektrisitetsprisene i tidligere år. Svarprosenten blant kraftverkene var på 67 prosent.

I gruppen "transport" er ikke utviklingen i flyprisene tatt med, dette på grunn av at det ikke forelå noen informasjon fra flyselskapene.

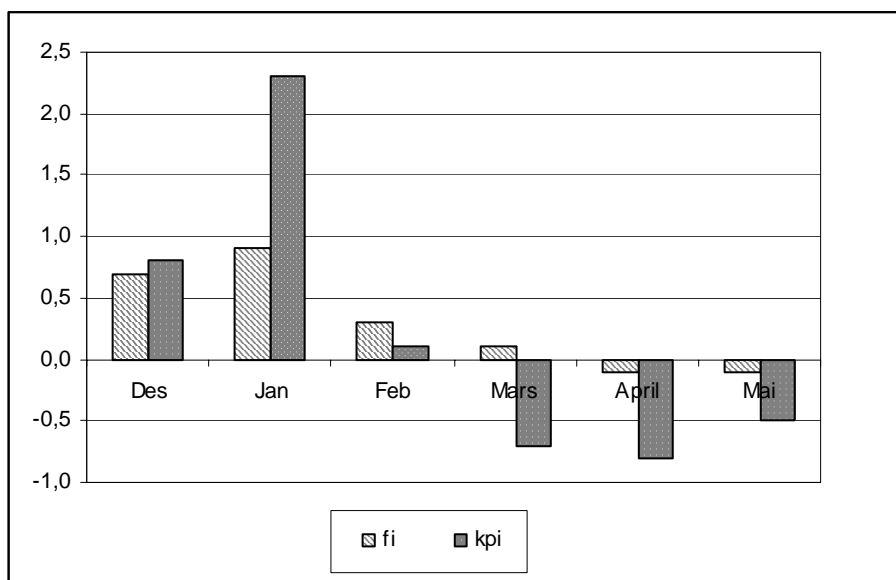
Gruppen "klær og skotøy" viser derimot en nedgang i samme periode på 7 prosent. Fra juni til august er det forventet sesongmessig nedgang i prisene på klær. I september er det igjen ventet en prisoppgang etter sommersalget, men ikke så kraftig som forventet nedgangen. Skotøy viser hovedsakelig samme mønster, men bare svakere. I gruppen "møbler og husholdningsartikler" er det også forventet en sesongmessig prisnedgang fra juli til august. Samlet sett går gruppen ned 0,5 prosent i perioden mai til november 2003.

I gruppen post og teletjenester er det også forventet en nedgang, i all hovedsak nedgang i priser på teletstyr og teletjenester.

Sammenligner vi forventningene for perioden november 2002 til mai 2003 med den faktiske prisveksten målt ved konsumprisindeksen i samme periode, ser vi at det største avviket mellom forventet og faktisk samlet prisvekst er registrert i januar 2003, se figur 1. I denne måneden ga forventningene en prisvekst

på 0,9 prosent mens konsumprisindeksen viste en vekst på 2,3 prosent. Utviklingen skyldes i all hovedsak den svært kraftige prisoppgangen på elektrisitet som fant sted fra desember 2002 til januar 2003, noe aktørene ikke forventet.

Figur 1. Faktisk og forventet prisvekst, november 2002 - mai 2003
Endring i prosent.



KPI: konsumprisindeks
FI: forventningsindikator

De største avvikene fra den forventede utviklingen sett opp mot den faktiske prisutviklingen, er i gruppene "bolig, lys og brensel" og "klær og skotøy". Det er særlig elektrisitetsprisene som har hatt et spesielt forløp de siste seks månedene, og har vært vanskelig å predikere i store deler av perioden. Sesongmessig januarsalg på klær og skotøy var forventet å vare lenger, men salget viste en kraftigere nedgang i prisene enn det som var forventet.

3.2. Avledet tolv månedersvekst

Målt som avledet² 12-månedersvekst, se tabell 3, vil den høyeste prisveksten finne sted i september 2003 med en oppgang på 1,7 prosent. Faktisk 12-månedersvekst i juni 2003 var 1,7 prosent, noe kraftigere enn avledet 12-månedersvekst i samme periode. Gruppene "helsepleie" og "utdanning" forventes å ha de høyeste 12-månedersvekstene i den aktuelle 6-månedersperioden.

Klær og sko viser negativ avledet 12-månedersvekst i alle månedene i perioden mai til november 2003. Målt som avledet 12-månedersvekst er også gruppen "post og teletjenester" og "kultur og fritid" preget av negativ prisvekst i samme periode. Det er forventet en nedgang på både teletjenester og teleutstyr. Også audiovisuelt utstyr og pakketurer viser forventet prisnedgang, noe som bidrar til at gruppen "kultur og fritid" viser negativ avledet 12-månedersvekst i hele perioden.

Forventet utvikling i elektrisitet og energivarer gir også betydelige bidrag til samlet forventet prisvekst målt som avledet 12-månedersvekst, se tabell 4.

² Fremkommer ved å benytte ansåtte indekser for hver måned i perioden mai 2003 - november 2003 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

COICOP	Navn
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	Hotelltjenester
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

Vedlegg 2. Tabeller

Tabell 1. Indekstall for total konsumprisindeks og hovedgrupper. 1998=100

	Mai 2003	Jun. 2003	Jul. 2003	Aug. 2003	Sep. 2003	Okt. 2003	Nov. Mai 2003 - nov. 2003	Endring i prosent
Konsumgruppe								
Total	112,30	111,50	111,20	111,10	112,10	112,40	112,50	0,2
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	104,1	105,0	105,8	105,7	106,2	106,1	106,1	1,9
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	115,1	115,1	115,7	115,9	116,4	116,4	116,4	1,1
Klær og skotøy.....	82,6	79,6	74,0	72,1	76,6	76,8	76,8	-7,0
Bolig, lys og brensel.....	126,4	124,3	123,6	124,1	125,4	126,4	126,8	0,3
Møbler og husholdningsartikler mv.....	102,7	102,6	102,7	101,8	102,1	102,2	102,2	-0,5
Helsepleie.....	119,7	119,4	125,0	124,9	124,9	125,7	125,6	4,9
Transport	113,2	113,3	113,2	113,4	113,6	113,6	113,6	0,4
Post og teletjenester	86,9	85,7	85,6	85,6	85,7	85,6	85,6	-1,5
Kultur og fritid.....	106,6	105,6	105,5	105,5	105,6	105,6	105,6	-0,9
Utdanning	132,0	132,0	132,0	132,0	140,3	140,3	140,3	6,3
Hotell- og restauranttjenester	119,2	119,5	119,9	120,2	120,8	120,8	120,7	1,3
Andre varer og tjenester.....	118,9	119,2	120,2	120,2	120,8	121,8	121,8	2,4

Tabell 2. Månedsendring for total konsumprisindeks og hovedgrupper. Endringstall i prosent

	Mai 2003	Jun. 2003	Jul. 2003	Aug. 2003	Sep. 2003	Okt. 2003	Nov. 2003
Konsumgruppe							
Total	-	-0,7	-0,3	-0,1	0,9	0,3	0,1
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	-	0,9	0,8	-0,1	0,5	-0,1	0,0
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv. ...	-	0,0	0,5	0,2	0,4	0,0	0,0
Klær og skotøy.....	-	-3,6	-7,0	-2,6	6,2	0,3	0,0
Bolig, lys og brensel.....	-	-1,7	-0,6	0,4	1,0	0,8	0,3
Møbler og husholdningsartikler mv.	-	-0,1	0,1	-0,9	0,3	0,1	0,0
Helsepleie.....	-	-0,3	4,7	-0,1	0,0	0,6	-0,1
Transport	-	0,1	-0,1	0,2	0,2	0,0	0,0
Post og teletjenester	-	-1,4	-0,1	0,0	0,1	-0,1	0,0
Kultur og fritid.....	-	-0,9	-0,1	0,0	0,1	0,0	0,0
Utdanning	-	0,0	0,0	0,0	6,3	0,0	0,0
Hotell- og restauranttjenester	-	0,3	0,3	0,3	0,5	0,0	-0,1
Andre varer og tjenester.....	-	0,3	0,8	0,0	0,5	0,8	0,0

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

	Mai 2003	Jun. 2003	Jul. 2003	Aug. 2003	Sep. 2003	Okt. 2003	Nov. 2003
Konsumgruppe							
Total	-	1,3	1,2	1,4	1,7	1,6	1,4
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	-	3,8	3,4	3,9	4,2	4,9	4,5
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv. ..	-	1,8	1,9	2,0	2,6	2,6	2,6
Klær og skotøy.....	-	-14,1	-15,2	-14,6	-12,1	-14,5	-14,2
Bolig, lys og brensel.....	-	5,3	4,7	5,1	5,1	5,2	3,7
Møbler og husholdningsartikler mv.	-	-0,5	-0,6	-0,7	-0,9	-0,9	-0,9
Helsepleie.....	-	3,1	7,3	6,2	6,1	6,8	7,0
Transport	-	0,8	0,6	0,6	0,4	0,6	0,8
Post og teletjenester	-	-4,4	-4,8	-4,3	-4,0	-4,5	-3,8
Kultur og fritid.....	-	-0,7	-0,8	-0,4	-0,3	-0,1	0,0
Utdanning	-	5,1	5,1	5,1	6,7	6,7	6,7
Hotell- og restauranttjenester.....	-	2,7	3,8	3,2	2,9	3,0	2,8
Andre varer og tjenester.....	-	3,8	4,4	4,8	5,1	5,2	5,1

Tabell 4. Samlet forventet prisvekst eks. elektrisitet og energivarer. Månedsendring og avledet 12-månedersvekst. Endringstall i prosent.

	Mai 2003	Jun. 2003	Jul. 2003	Aug. 2003	Sep. 2003	Okt. 2003	Nov. 2003
Konsumgruppe							
Total månedsendring	-	-0,7	-0,3	-0,1	0,9	0,3	0,1
Total_ex_elektrisitet månedsendring	-	-0,4	-0,1	0,0	0,5	0,1	0,0
Total_ex_energivarer månedsendring	-	-0,2	-0,2	-0,1	0,5	0,1	0,1
Total 12-månedsendring	-	1,3	1,2	1,4	1,7	1,6	1,4
Total_ex_elektrisitet 12-månedsendring	-	0,6	0,6	1,0	1,1	1,1	1,1
Total_ex_energivarer 12-månedsendring....	-	0,8	0,7	1,1	1,3	1,2	1,3

Tabell 5. Forventet og faktisk månedsendring for total konsumprisindeks og hovedgrupper. Endringstall i prosent.

	FI des. 2002	KPI des. 2002	FI jan. 2003	KPI jan. 2003	FI feb. 2003	KPI feb. 2003
Total	0,6	0,8	1,0	2,3	0,3	0,1
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	0,0	0,2	0,1	0,7	0,5	0,9
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv. ..	0,0	0,1	-0,7	0,7	0,2	0,3
Klær og skotøy.....	0,0	-0,3	-1,6	-10,3	-5,8	1,1
Bolig, lys og brensel.....	2,9	3,2	2,5	9,8	1,2	-1,5
Møbler og husholdningsartikler mv.	0,1	-0,1	-0,3	-1,9	0,6	1,7
Helsepleie.....	-0,1	0,2	0,1	0,8	0,6	1,2
Transport	-0,2	0,1	1,0	1,2	0,4	1,0
Post og teletjenester	0,0	0,0	0,0	-0,9	0,1	-0,3
Kultur og fritid.....	-0,1	-0,1	1,2	0,7	0,1	-0,1
Utdanning	0,0	0,0	0,4	0,4	0,0	0,0
Hotell- og restauranttjenester	-0,1	0,3	-0,2	0,3	0,8	0,3
Andre varer og tjenester.....	0,0	0,0	1,4	1,6	1,3	0,6
	FI mars 2003	KPI mars 2003	FI april 2003	KPI april 2003	FI mai 2003	KPI mai 2003
Total	0,1	-0,7	-0,1	-0,8	-0,1	-0,5
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	0,2	0,2	0,1	0,3	0,2	0,3
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv. ..	0,0	-0,1	0,0	0,1	0,0	0,3
Klær og skotøy.....	1,6	1,0	0,0	0,9	0,0	0,2
Bolig, lys og brensel.....	-0,4	-3,1	-0,8	-2,9	-1,2	-1,6
Møbler og husholdningsartikler mv.	0,1	-0,2	0,2	0,0	0,1	0,2
Helsepleie.....	0,4	-0,2	0,3	0,0	0,1	0,0
Transport	0,1	0,0	0,2	-0,5	0,1	-1,2
Post og teletjenester	0,0	-0,2	0,0	-0,7	0,0	-0,2
Kultur og fritid.....	0,1	0,4	-0,1	0,3	0,3	-0,2
Utdanning	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Hotell- og restauranttjenester	0,3	0,3	0,3	0,5	0,8	-0,1
Andre varer og tjenester.....	0,1	-0,1	1,0	0,5	1,1	0,0

FI: forventingsindikatoren

KPI: konsumprisindeksen

Vedlegg 3. Forventet konsumprisvekst - november 2001 - november 2003

Forventet månedsendring for total konsumprisindeks og hovedgrupper for perioden desember 2001 - november 2003. Endringstall i prosent.

	Des. 2001	Jan. 2002	Feb. 2002	Mars 2002	Apr. 2002	Mai 2002	Juni 2002	Juli 2002	Aug. 2002
Konsumgruppe									
Total	0,1	0,6	0,8	0,6	0,3	0,2	-0,2	-0,2	0,5
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	0,1	0,1	0,3	1,4	0,1	0,1	0,0	0,2	0,4
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv. ..	1,2	-3,7	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,1
Klær og skotøy.....	0,0	-6,4	0,6	3,4	0,6	0,2	-2,4	-6,5	3,5
Bolig, lys og brensel.....	0,1	2,1	0,4	0,2	0,0	0,2	-0,4	0,0	0,5
Møbler og husholdningsartikler mv.	0,0	-0,5	2,0	0,6	0,0	0,3	0,0	0,0	-0,2
Helsepleie.....	0,0	0,8	1,6	0,2	-0,1	0,0	0,1	0,0	0,0
Transport	-0,1	1,6	1,7	0,7	0,0	0,3	-0,2	0,4	0,3
Post og teletjenester	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0
Kultur og fritid.....	0,1	1,8	0,2	0,4	0,9	0,6	0,0	0,7	0,1
Utdanning	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Hotell- og restauranttjenester	0,4	1,0	0,3	0,2	0,2	0,1	1,6	0,2	0,4
Andre varer og tjenester.....	0,1	1,2	0,5	0,1	1,4	0,4	0,6	0,2	-0,1
	Sept. 2002	Okt. 2002	Nov. 2002	Des. 2002	Jan. 2003	Feb. 2003	Mars 2003	April 2003	Mai 2003
Konsumgruppe									
Total	0,4	0,3	0,2	0,6	1,0	0,3	0,1	-0,1	-0,1
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	-0,2	-0,6	-0,1	0,0	0,1	0,5	0,2	0,1	0,2
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv. ..	0,1	0,3	0,1	0,0	-0,7	0,2	0,0	0,0	0,0
Klær og skotøy.....	1,9	0,5	0,1	0,0	-1,6	-5,8	1,6	0,0	0,0
Bolig, lys og brensel.....	0,4	0,7	0,7	2,9	2,5	1,2	-0,4	-0,8	-1,2
Møbler og husholdningsartikler mv.	0,6	0,1	0,0	0,1	-0,3	0,6	0,1	0,2	0,1
Helsepleie.....	0,9	0,1	0,0	-0,1	0,1	0,6	0,4	0,3	0,1
Transport	0,7	0,2	0,0	-0,2	1,0	0,4	0,1	0,2	0,1
Post og teletjenester	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Kultur og fritid.....	0,1	0,0	0,1	-0,1	1,2	0,1	0,1	-0,1	0,3
Utdanning	4,3	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0
Hotell- og restauranttjenester	0,7	0,2	0,6	-0,1	-0,2	0,8	0,3	0,3	0,8
Andre varer og tjenester.....	0,3	0,6	0,4	0,0	1,4	1,3	0,1	1,0	1,1
	Juni 2003	Juli 2003	Aug. 2003	Sept. 2003	Okt. 2003	Nov. 2003			
Konsumgruppe									
Total	-0,7	-0,3	-0,1	0,9	0,3	0,1			
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	0,9	0,8	-0,1	0,5	-0,1	0,0			
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv. ..	0,0	0,5	0,2	0,4	0,0	0,0			
Klær og skotøy.....	-3,6	-7,0	-2,6	6,2	0,3	0,0			
Bolig, lys og brensel.....	-1,7	-0,6	0,4	1,0	0,8	0,3			
Møbler og husholdningsartikler mv.	-0,1	0,1	-0,9	0,3	0,1	0,0			
Helsepleie.....	-0,3	4,7	-0,1	0,0	0,6	-0,1			
Transport	0,1	-0,1	0,2	0,2	0,0	0,0			
Post og teletjenester	-1,4	-0,1	0,0	0,1	-0,1	0,0			
Kultur og fritid.....	-0,9	-0,1	0,0	0,1	0,0	0,0			
Utdanning	0,0	0,0	0,0	6,3	0,0	0,0			
Hotell- og restauranttjenester	0,3	0,3	0,3	0,5	0,0	-0,1			
Andre varer og tjenester.....	0,3	0,8	0,0	0,5	0,8	0,0			



Undersøkelse om forventet utvikling i detaljpriser

Kontaktperson i Statistisk sentralbyrå:
Elisabeth Eng Eibak, seksjon 240,
tlf. 21 09 47 37

Ditt foretak er et av vel 450 private foretak og offentlige institusjoner i Norge som er valgt ut til å delta i en undersøkelse om fremtidig forventet prisendring for de vare- og tjenestegruppene som gir grunnlaget for konsumprisindeksen. Konsumprisindeksen viser prisutviklingen på forbruksvarer og -tjenester som etterspørres av private husholdninger. Tilsvarende indikator for forventet prisutvikling ble tidligere utarbeidet av Konkurransetilsynet. Ettersom Statistisk sentralbyrå utarbeider konsumprisindeksen hver måned, har vi også overtatt undersøkelsen om forventet prisutvikling.

Ditt foretak vil motta fra oss to ganger i året et spørreskjema om forventet prisutvikling i detaljpriser (salgspriser til forbruker) for de forretninger ditt foretak representerer. Vi ber om at en i foretaket som har kunnskaper om prisutvikling svarer på skjemaet og returnerer det til oss så snart som mulig, og senest 16. mai 2003.

Formålet med forventingsindikatoren er å måle forventet utvikling i konsumprisene. Indikatoren blir blant annet brukt som bakgrunnsinformasjon for de årlige inntekstoppgjørene. Arbeids- og administrasjonsdepartementet er oppdragsgiver for prosjektet. Statistisk sentralbyrå skal bruke opplysningene som samles inn til å utarbeide månedlig forventet endring for perioden mai 2003 - nov 2003 for vare- og tjenestegrupper som inngår i konsumprisindeksen. Det er frivillig å delta i undersøkelsen, men for å lage gode prognoser er vi avhengig av at flest mulig av de utvalgte foretakene deltar i undersøkelsen.

Statistisk sentralbyrå vil kun publisere anslag for konsumprisene samlet og for sammenslåtte varegrupper. Det vil ikke fremgå av de publiserte prognosene hvilke bedrifter som har levert anslag på prisutviklingen. I henhold til lov om offisiell statistikk og Statistisk sentralbyrå av 16. juni 1989 nr. 54 (Statistikkloven) § 2-4 er alle opplysninger underlagt taushetsplikt. Data vil bli oppbevart og tilintetgjort etter gjeldende sikkerhetsforskrifter.

Vi håper ditt foretak har mulighet til å delta i undersøkelsen!

Vennlig hilsen

Lasse Sandberg
seksjonssjef

Hvordan fylle ut skjema: Skjemaene vil bli lest maskinelt (optisk lesing), og det er derfor viktig med en nøyaktig og tydelig utfylling. **Bruk blå eller svart penn.** Fyll ut skjemaet fortløpende etter nummereringen på spørsmålene.

Sett kryss slik:

og ikke slik:

Hvis kryss i feil rute:

Skriv tall slik:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Dette skjemaet spør om **forventet utvikling i salgsprisene til forbruker** for en/ flere 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 forretninger i ditt foretak å endre salgsprisene på den/de varegruppe(ne) som er med i tabellen nedenfor? Vennligst sett ett kryss for hver av varegruppene vi spør om i den/de månede(n)e endringen(e) finner sted. Angi forventet oppgang eller nedgang i prosent. Angi prosentsatsen med en desimal.

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



Varegruppe



Forventet månedlig prisendring

	Mai - jun. 2003	Jun. - juli 2003
}	<input type="checkbox"/> ▲ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="checkbox"/> ▲ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %
	<input type="checkbox"/> ▼ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="checkbox"/> ▼ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %
	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret
}	<input type="checkbox"/> ▲ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="checkbox"/> ▲ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %
	<input type="checkbox"/> ▼ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="checkbox"/> ▼ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %
	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret
}	<input type="checkbox"/> ▲ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="checkbox"/> ▲ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %
	<input type="checkbox"/> ▼ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="checkbox"/> ▼ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %
	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret
}	<input type="checkbox"/> ▲ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="checkbox"/> ▲ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %
	<input type="checkbox"/> ▼ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="checkbox"/> ▼ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %
	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret
}	<input type="checkbox"/> ▲ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="checkbox"/> ▲ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %
	<input type="checkbox"/> ▼ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %	<input type="checkbox"/> ▼ → <input type="text"/> , <input type="text"/> %
	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret



⊥

⊥

Forventet månedlig prisændring

Juli - aug. 2003		Aug. - sept 2003		Sept. - okt. 2003		Okt. - nov. 2003	
<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>
<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>
<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret	
<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>
<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>
<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret	
<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>
<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>
<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret	⊥
<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>
<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>
<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret	
<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>
<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>
<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret	
<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▲ →	<input type="text" value=" , %"/>
<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>	<input type="checkbox"/> ▼ →	<input type="text" value=" , %"/>
<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret	⊥	<input type="checkbox"/> Uendret		<input type="checkbox"/> Uendret	

2 Vi vil også gjerne vite hvordan ditt foretak forventer at konsumprisindeksen samlet vil utvikle seg i perioden fra mai 2003 til mai 2004. Sett kryss og angi forventet oppgang eller nedgang i prosent. Angi prosent med en desimal.

▲ Vi forventer at prisene vil gå opp → Angi forventet prosentvis oppgang: , %

▼ Vi forventer at prisene vil gå ned → Angi forventet prosentvis nedgang: , %

Vi forventer at prisene vil forbli uendret

Vet ikke



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

Navn: Stilling:

Telefonnr.: E-postadresse:



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

- 2003/22 H. Hartvedt og E. Frisvoll: Kobling av adresseregistrene i DSF og GAB 2002. Dokumentasjon av samsvar og avik. 34s.
- 2003/23 A. Akselsen og T. Sandnes: FD - Trygd. Dokumentasjonsrapport. Stønader til enslig forsørger. 1992-2001. 46s.
- 2003/24 C. Nordseth og T. Sandnes: FD - Trygd. Dokumentasjonsrapport. Foreløpig uførestønad. 1992-2001. 39s.
- 2003/25 S. Derakhshanfar og T. Sandnes: FD - Trygd. Dokumentasjonsrapport. Økonomisk sosialhjelp. 1992-2001. 35s.
- 2003/26 A. Akselsen, S. Lien og T. Sandnes: FD - Trygd. Dokumentasjonsrapport. Pensjoner. Grunn og hjelpestønader. 1992-2001. 113s.
- 2003/27 E. Eng Eikebak og R. Johannessen: Forventningsindikator - konsumprisene. November-mai 2003. 17s.
- 2003/28 A. K. Mevik: Usikkerhet i konjunkturbarometeret. 50s.
- 2003/29 A. Finstad og K. Rypdal: Bruk av helse- og miljøfaglige produkter i hisholdningene - et forprosjekt. 33s.
- 2003/30 T. Jørgensen: Dokumentasjon av prosjektet "Overgang utdanning-arbeid". Årgangene 1999-2000. 54s.
- 2003/31 Å. Cappelen og L.S. Stambøl: Virkninger av å fjerne regionale forskjeller i arbeidsgiveravgiften og noen mulige mottiltak. 35s.
- 2003/32 A. Rognan: Forprosjekt om studenters levekår. 31s.
- 2003/33 S. Vatne Pettersen: Bosettningsmønster og segregasjon i storbyregionene. Ikke-vestlige innvandrere og grupper med høy og lav utdanning. Utredninger til Storbymeldingen, del 1. 71s.
- 2003/34 A. Barstad og M.I. Kirkeberg: Levekår og ulikhet i storby. Utredninger til Storbymeldingen, del 2. 95s.
- 2003/35 E.H. Nymoen, L. Østby og A. Barstad: Flyttinger og pendling i storbyregionene. Utredninger til Storbymeldingen del 3. 75s.
- 2003/36 A. Andersen, T. Løwe og E. Rønning: boforhold i storby. Utredninger til Storbymeldingen, del 4. 82s.
- 2003/37 D. Sve: Seksualitet og helse. Dokumentasjon av datafangsten. 19s.
- 2003/39 C. Nordseth og T. Sandnes: FD - Trygd. Dokumentasjonsrapport. 1992-2001. 110s.
- 2003/40 A. Langørgen og R. Åserud: Faktorer bak kommunale variasjoner i utgifter til sosialhjelp i 2000. 20s.
- 2003/41 T.M. Normann: Omnibusundersøkelsen februar/mars 2003. Dokumentasjonsrapport. 35s.
- 2003/42 D.E. Somervoll: TROLL kan temmes. Kort innføring i Trollprogrammering. 13s.
- 2003/43 Å. Cappelen, T. Eika, P.R. Johansen og J.A. Jørgensen: Makroøkonomiske konsekvenser av lavere aktivitet i oljevirkksomheten framover. 30s.
- 2003/44 L. Østby: Innvandring fra nye EU- land; fortid, nåtid og mulig framtid. 44s.
- 2003/45 T. Dale, H. Høie og A-K.Johnsen: Evaluering av "Naturressurser og miljø" 30s.
- 2003/46 L. Solheim: Foreløpige landstall i KOSTRA. Prinsipper, metoder, produksjon og eksemper. 76s
- 2003/47 A. Hurlen Foss: kvaliteten i boligdelen av Folke- og bolig tellingen. 32s.
- 2003/48 E. Siig Meen og O. Rognstad: Jordbrukstelling 1999- dokumentasjon. 105s.
- 2003/49 L.Rogstad: Statistiske temakart og PX-Map. 32s.
- 2003/50 E. Holmøy: Velferdsregnskap - et mulig teoretisk rammeverk.35s.