

*Estrellita Cometa Rauan og  
Randi Johannessen*

**Forventningsindikator –  
konsumprisene**  
November 2004 - mai 2005

# Notater

# Innhold

<b>1. Bakgrunn</b> .....	<b>2</b>
<b>2. Metode</b> .....	<b>2</b>
2.1. Utvalg av respondenter og konsumgrupper.....	2
2.2. Innsamling av forventet prisendring .....	3
2.3. Revisjon, kontroller og beregning .....	3
2.4. Feilkilder og usikkerhet.....	3
<b>3. Hovedresultat</b> .....	<b>4</b>
3.1. Forventet månedsendring .....	4
3.2. Avledet tolv månedersvekst .....	5
3.3. Forventet og faktiske prisvekst .....	6
<b>Vedlegg</b>	
A. Tabeller.....	7
B. Forventet og faktiske indeks for utvalgte hovedgrupper .....	9
C. Konsumgrupper i utvalget .....	10
D. Skjema for forventet prisutvikling .....	12
<b>De sist utgitte publikasjonene i serien Notater</b> .....	<b>17</b>

# 1. Bakgrunn

Statistisk sentralbyrå har utarbeidet en forventningsindikator for konsumprisindeksen for perioden november 2004 til mai 2005. Forventningsindikatoren har som formål å måle tilbudssidens forventede utvikling i konsumprisene. Konkurransetilsynet har i mange år utarbeidet en tilsvarende indikator, men la ned arbeidet i 2001. Etter en henvendelse fra daværende Arbeids- og administrasjonsdepartementet (AAD) tok Statistisk sentralbyrå på seg oppdraget med å utarbeide en slik forventningsindikator. Den første indikatoren ble gjennomført høsten 2001. Statistisk sentralbyrå har stått fritt i utformingen av forventningsindikatoren og indikatoren er vesentlig endret på flere områder i forhold til indikatoren som Konkurransetilsynet utarbeidet.

Følgende rammebetingelser ble lagt 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 blir offentliggjort gjennom en rapport i Statistisk sentralbyrås serie Notater.

Undersøkelsen ble noe endret i forbindelse med gjennomføringen av høstindikatoren for 2002 bl.a. ved å øke antall oppgavegivere, innføre vektorer på mikronivå samt noe forenkling av skjemaet. Ved gjennomføringen av vårindikatoren 2003 er også optisk lesbare skjema innført. De metodiske endringene i høstindikatoren 2002 påvirker sammenlignbarheten i tidsseriene mellom de to undersøkelsene som ble gjennomført i 2002. Hensynet til sammenlignbarhet i tidsseriene må imidlertid vurderes i forhold til fordelene med å forbedre metoden. Statistisk sentralbyrå betrakter de to årlige forventningsindikatorer som to separate undersøkelser, og mener derfor at hensynet til å forbedre metoden er viktigere enn sammenlignbarhet i tidsseriene. Gjennomføringen av vår indikatoren for 2003 bygger imidlertid på samme metode som høstindikatoren 2002. Fra og med 2004 er undersøkelsen kun gjennomført en gang per år slik at det nå er kun vårindikatoren som utarbeides.

## 2. Metode

### 2.1. Utvalg av respondenter og konsumgrupper

Utvalget av respondenter er bestemt gjennom utvalget til konsumprisindeksen hvor tilhørende foretak til bedriftene som inngår i konsumprisindeksen i all hovedsak er valgt ut. Det er bevisst forsøkt å unngå at bedrifter som rapporterer månedlig til konsumprisindeksen også skal rapportere forventet utvikling i konsumprisene. I motsetning til Konkurransetilsynet som benyttet et blandet utvalg av respondenter (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. På denne måten kan man fange opp planlagte avanseendringer på detaljstnivå, så vel som planlagte prisendringer fra importør eller produsent. Der det er mulig har Statistisk sentralbyrå henvendt seg direkte til hovedkontor for enkelte detaljistkjeder. I tillegg er energiprodusenter, enkelte offentlige instanser (kommuner) og andre institusjoner inkludert i utvalget. Samlet ble 453 respondenter kontaktet.

Konkurransetilsynet samlet inn prisforventninger for representantvarene som inngår i konsumprisindeksen. Statistisk sentralbyrå har valgt å spørre om forventningene på et noe mer aggregert nivå. Vi har valgt å ta utgangspunkt i det mest detaljerte nivået i konsumklassifiseringen<sup>1</sup> for konsumprisindeksen, dvs. 4-sifret konsumgruppe. I noen få tilfeller har det vært nødvendig å be om forventet prisutvikling på representantvarenivå (eks. barnehagetakster), dette fordi noen 4-sifret konsumgrupper er sammensatte. Utvalget av varegrupper er identiske med alle varegruppene som inngår i konsumprisindeksen på 4-sifret nivå.

## **2.2. Innsamling av forventet prisendring**

Undersøkelsen er gjennomført som en postal skjema basert undersøkelse. Skjemaet ble sendt ut i uke 46, 2004 med om lag 14 dagers svarfrist. Det ble sendt et ”purrebrev” til respondenter som ikke hadde besvart innen tidsfristen. Knappe 65 prosent av enhetene i utvalget returnerte 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 oppgav at foretaket ikke lenger eksisterte. Endelig antall svar som inngår i undersøkelsen er rundt 60 prosent.

## **2.3. 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 november 2004. 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.

## **2.4. Feilkilder og usikkerhet**

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

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

---

<sup>1</sup> Konsumprisindeksen benytter konsumklassifiseringen COICOP (Classification of individual consumption by purpose), en klassifisering utarbeidet av FN. Klassifiseringskriteriet er sluttformålet med konsumet.

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.

Utvalgsfeil 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.

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. Ved å utelukkende henvende seg til detaljistsiden i norsk økonomi, skal ytterligere bidra til å redusere usikkerheten i anslagene. I tillegg er det grunn til å anta at respondentene i utvalget i stor grad er prisfastsettere, noe som kan resultere i at forventningene om fremtidig prisutvikling like gjerne bygger på planlagte endringer, i motsetning til å spørre pristakerne (eks. husholdninger) som kun kan forvente hva prisfastsetterne har tenkt å gjøre.

Som nevnt over er denne undersøkelsen en frivillig undersøkelse hvor svarprosenten er på rundt 60 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. For å oppnå så gode sikre resultater som mulig, er verdier som skyldes både totalt og partielt frafall er imputert i denne undersøkelsen.

## **3. Hovedresultat**

### **3.1. Forventet månedsendring**

Undersøkelsen viser at aggregert til en totalindeks forventer tilbudssiden en prisvekst på 1,1 prosent for perioden november 2004 til mai 2005, se tabell 1.

Tabell 2 viser at det ble forventet en prisvekst på 0,8 i desember 2004, den høyeste månedlig prisvekst. Den faktiske konsumprisvekst i denne perioden var en nedgang på 0,2 prosent. For de resterende månedene i den aktuelle seks måneders perioden er det kun forventet svake prisendringer samlet sett, men en nedgang i januar 2005 på 0,4 prosent.

Aggregert til hovedgrupper viser tabell 1 at det for perioden november 2004 til mai 2005 sett under ett forventes høyest prisvekst for gruppen "Møbler og husholdningsartikler" med en vekst på 5,6 prosent. I februar 2005 er det registrert høyest forventet prisvekst for denne gruppen, i tillegg til januar og april. Analyse av undergruppene viser at det forventes prisøkning spesielt på møbler og boligtekstiler.

Gruppen "Andre varer og tjenester" dekker varer og tjenester innen personlig pleie, sosiale omsorgstjenester, ulike personlige varer og forsikringstjenester. Gruppen har en forventet vekst i prisene på 2,2 prosent for perioden november 2004 til mai 2005. Varer som smykke, ur og reiseeffekter viser størst forventet oppgang. De andre gruppene innen "Andre varer og tjenester" viser en forventet prisøkning i størrelsesorden 1-2 prosent.

For gruppen "Bolig, lys og brensel" er det forventet samlet en oppgang på 2,0 prosent fra november 2004 til mai 2005. Den faktiske prisveksten for denne gruppen fra november til desember 2004 målt med konsumprisindeksen var langt lavere (0,1%) enn forventet vekst på 3,4 prosent. Det er forventet økning i husleier i januar. For elektrisitet, fyringsoljer og annet brensel, var det forventet en kraftig prisoppgang fra november til desember 2004, og en nedgang i begynnelsen av 2005. Faktisk prisendring for elektrisitet, fyringsoljer og brensel i desember 2004 var en nedgang på cirka 1 prosent.

Samlet forventet prisvekst ekskludert forventet prisvekst på elektrisitet viser at elektrisitet trekker opp prisveksten i desember, men trekker tilsvarende ned i januar 2005, se tabell 4. Tabellen viser også at energivarer samlet (inkludert bensin) trekker opp forventet prisvekst i desember og tilsvarende ned i januar 2005.

Det var en generell oppgang for gruppen "Alkoholholdige drikkevarer og tobakk" på 1,5 prosent. Alkoholholdige drikkevarer forventes å ha noe kraftigere prisoppgang enn tobakk.

Transport hadde en samlet forventet oppgang i prisen på 1,0 prosent for perioden november 2004 til mai 2005. Forventet pris på transportmidler gikk opp ved årsskiftet. Innen gruppen drift og vedlikehold av transportmidler, viste bensin en forventet prisoppgang i desember 2004 på 2,5 prosent. Faktisk prisnedgang på bensin målt ved konsumprisindeksen var 1,8 i samme måned. For perioden desember 2004 til mai 2005 er det forventet et volatilt forløp i bensinprisene. Det er også forventet prisoppgang på transporttjenester ved årsskiftet.

Gruppen "kultur og fritid" viser samlet en svak forventet prisøkning fra november 2004 til mai 2005 på 0,7 prosent. For januar 2005 var det økte prisforventninger for aviser, bøker og skrivemateriell, samt kulturelle tjenester som kino og teater. Audiovisuelt utstyr viser forventet prisnedgang i perioden.

For mat er det forventet en svak prisvekst på 0,4 prosent for perioden november 2004 til mai 2005. Gruppen klær og skotøy viser den generelt sterkeste nedgangen i forventet priser på 5,2 prosent hvor de største forventede nedgangene finner sted i januar og februar pga. sesongmessig vintersalg.

### **3.2. Avledet tolv månedersvekst**

Tabell 3 viser avledet 12-månedersvekst som fremkommer ved å se forventet prisindeks mot faktisk prisindeks 12 måneder tidligere. Høyest avledet 12-månedersvekst er registrert i desember 2004 og februar 2005 på 2,0 prosent. Faktisk 12-månedersendring i desember 2004 var 1,1 prosent.

Gruppen "Alkoholholdige drikkevarer og tobakk", viser en kraftig nedgang fra desember 2004 til januar 2005. Dette skyldes først og fremst at det i januar 2005 kun er forventet en svak prisoppgang på tobakk, mens faktisk prisoppgang i januar 2004 var på hele 17,6 prosent.

Gruppen "Bolig, lys og brensel" viser også en markert nedgang i avledet 12-månedersvekst fra desember 2004 til januar 2005. Dette skyldes hovedsakelig at forventet prisforløp på elektrisitet avviker fra det faktiske forløpet i samme periode i fjor. For gruppen "Transport" ligger avledet 12-månedersvekst i snitt på 3,6 prosent for perioden desember 2004 - mars 2005. Deretter faller avledet 12-månedersvekst til et lavere nivå (hhv. 2,7, 2,4 og 2,1 prosent). Forventet forløp i prisene på bensin sammenlignet med det faktiske forløpet i perioden januar - mai 2004 forklarer dette forløpet i avledet 12-månedersvekst. Tabell 4 viser hvordan total avledet 12-månedersvekst påvirkes av forventet endring i elektrisitet- og energipriser.

Klær og sko viser negativ avledet 12 måneders vekst i hele perioden unntatt januar, noe som tyder på at det forventes svakere prisnedgang enn tilsvarende måned i fjor. Det er registrert negativ avledet 12-månedersvekst for mat og alkoholfrie drikkevarer fra og med mars 2005. Det er forventet en svak prisnedgang i denne gruppen i mars 2005 mot en oppgang i faktisk prisvekst i mars 2004. Gruppen "Post og teletjenester" viser negativ avledet 12-månedersvekst for perioden desember 2004 til og med februar 2005. I mars 2005 er det forventet at denne gruppen stiger med 0,8 prosent (se tabell 2), mens den målt ved konsumprisindeksen viste faktisk prisnedgang i mars 2004.

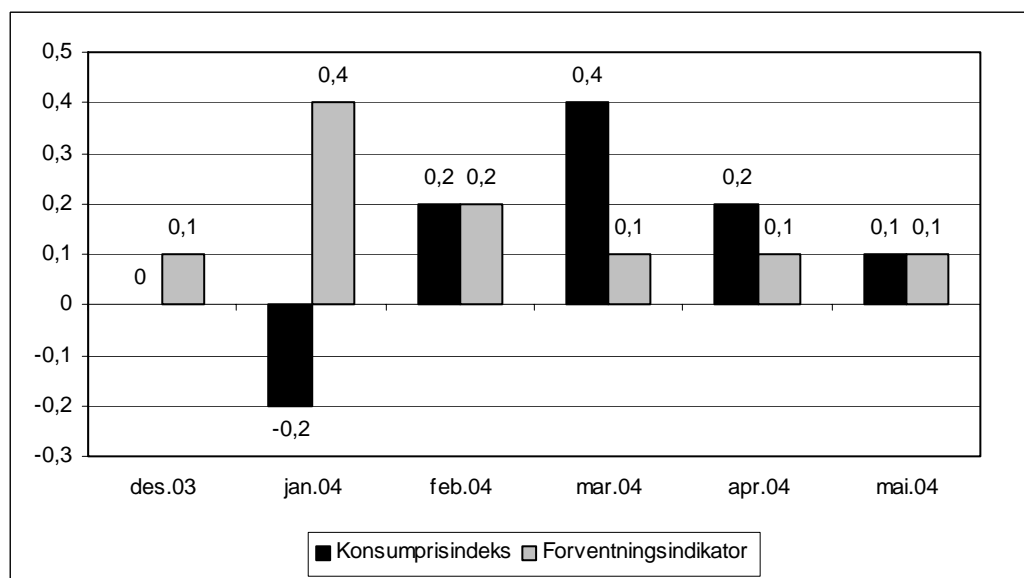
### 3.3. Forventet og faktiske prisvekst

Sammenligner vi forventninger for perioden november 2003 til mai 2004 (fjorårets vårindikator) med den faktiske prisveksten målt ved konsumprisindeksen i samme periode, ser vi at avviket mellom forventet og faktisk prisvekst er størst i januar 2004 (tabell 6). Det er særlig for gruppene "Klær og skotøy" og "Alkoholholdige drikkevarer og tobakk" det er avvik fra den faktiske prisveksten. I januar var det forventet en nedgang for "Klær og skotøy" men faktiske nedgang var sterkere. Også i februar var det forventet nedgang for denne gruppa mens det var oppgang i faktiske prisene. Det var for øvrig betydelig avvik mellom faktisk og forventet prisvekst for "Klær og skotøy" i alle månedene i fjorårets vårindikator.

For "Alkoholholdige drikkevarer og tobakk" var faktisk oppgang sterkere enn forventet i januar mens i februar var de faktiske prisene lavere enn forventet.

Også gruppen "Bolig, lys og brensel gruppe" viser noe avvik mellom forventet og faktisk prisendring i perioden desember 2003 - mai 2004.

**Figur 1. Faktisk og forventet prisvekst, november 2003 - mai 2004, endring i prosent**



## Vedlegg A. Tabeller

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

Konsumgruppe	Nov. 2004*	Des. 2004	Jan. 2005	Feb. 2005	Mars 2005	April 2005	Mai 2005	Nov. 2004 - Mai 2005 Endring i %
<b>Total</b>	<b>114,00</b>	<b>114,90</b>	<b>114,40</b>	<b>114,80</b>	<b>115,10</b>	<b>115,20</b>	<b>115,30</b>	<b>1,1</b>
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	106,1	106,2	106,2	106,3	106,2	106,2	106,5	0,4
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	124,4	124,4	125,9	125,8	125,8	126,3	126,3	1,5
Klær og skotøy	76,5	76,4	73,2	70,3	72,2	72,5	72,5	-5,2
Bolig, lys og brensel	130,6	135,1	131,9	132,8	132,8	132,9	133,2	2,0
Møbler og husholdningsartikler mv.	100,3	100,4	101,7	104,0	104,3	106,0	106,0	5,6
Helsepleie	127,3	127,3	127,5	128,7	128,6	128,5	128,5	0,9
Transport	116,8	116,1	117,3	118,1	118,4	117,9	118,0	1,0
Post og teletjenester	84,0	83,9	83,8	83,8	84,5	84,3	84,3	0,4
Kultur og fritid	105,6	105,4	106,1	106,0	106,2	106,3	106,3	0,7
Utdanning	142,3	142,3	142,3	142,3	142,3	142,3	142,3	0,0
Hotell- og restauranttjenester	123,1	123,1	123,2	123,8	123,8	123,8	124,0	0,7
Andre varer og tjenester	120,2	120,5	121,0	122,0	122,3	122,5	122,8	2,2

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

Konsumgruppe	Nov. 2004	Des. 2004	Jan. 2005	Feb. 2005	Mars 2005	April 2005	Mai 2005
<b>Total</b>	-	<b>0,8</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	-	0,1	0,0	0,1	-0,1	0,0	0,3
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	-	0,0	1,2	-0,1	0,0	0,4	0,0
Klær og skotøy	-	-0,1	-4,2	-4,0	2,7	0,4	0,0
Bolig, lys og brensel	-	3,4	-2,4	0,7	0,0	0,1	0,2
Møbler og husholdningsartikler mv.	-	0,0	1,3	2,3	0,3	1,6	0,0
Helsepleie	-	0,0	0,2	0,9	-0,1	-0,1	0,0
Transport	-	-0,6	1,0	0,7	0,3	-0,4	0,1
Post og teletjenester	-	-0,1	-0,1	0,0	0,8	-0,2	0,0
Kultur og fritid	-	-0,2	0,7	-0,1	0,2	0,1	0,0
Utdanning	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Hotell- og restauranttjenester	-	0,0	0,1	0,5	0,0	0,0	0,2
Andre varer og tjenester	-	0,2	0,4	0,8	0,2	0,2	0,2

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

Konsumgruppe	Nov. 2003	Des. 2003	Jan. 2004	Feb. 2004	Mars 2004	April 2004	Mai 2004
<b>Total</b>	<b>1,2</b>	<b>2,0</b>	<b>1,8</b>	<b>2,0</b>	<b>1,8</b>	<b>1,7</b>	<b>1,7</b>
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	1,0	1,0	0,8	0,4	-0,4	-0,5	-0,2
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	10,5	10,3	2,7	2,2	1,9	2,9	2,2
Klær og skotøy	-2,7	-2,8	3,4	-2,1	-3,0	-4,6	-4,9
Bolig, lys og brensel	0,7	3,5	1,2	2,5	2,9	3,0	3,0
Møbler og husholdningsartikler mv.	-1,9	-1,5	1,6	2,9	3,1	4,5	4,8
Helsepleie	3,3	3,8	1,9	2,8	2,6	2,6	2,4
Transport	3,4	3,4	3,8	3,7	2,7	2,4	2,1
Post og teletjenester	-0,5	-0,1	-0,2	-0,1	1,2	1,2	1,6
Kultur og fritid	0,9	0,9	0,7	0,7	0,7	0,2	0,4
Utdanning	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
Hotell- og restauranttjenester	1,7	1,8	1,3	1,5	1,3	1,6	1,6
Andre varer og tjenester	0,8	0,9	0,7	1,8	2,1	2,2	2,8



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

Konsumgruppe	Nov. 2004	Des. 2004	Jan. 2005	Feb. 2005	Mars 2005	April 2005	Mai 2005
<b>Total månedsendring</b>	-	<b>0,8</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>
Total eksklusiv elektrisitet månedsendring	-	0,1	0,3	0,4	0,3	0,1	0,2
Total eksklusiv energivarer månedsendring	-	0,0	0,4	0,3	0,3	0,2	0,1
<b>Total 12-månedsendring</b>	-	<b>2,0</b>	<b>1,8</b>	<b>2,0</b>	<b>1,8</b>	<b>1,7</b>	<b>1,7</b>
Total eksklusiv elektrisitet 12-månedsendring	-	1,7	2,1	2,1	1,7	1,6	1,6
Total eksklusiv energivarer 12-månedsendring	-	1,4	1,9	1,9	1,6	1,6	1,8

**Tabell 5. Forventet veid månedsbidrag i prosent til endring i konsumprisindeksen, hovedgrupper**

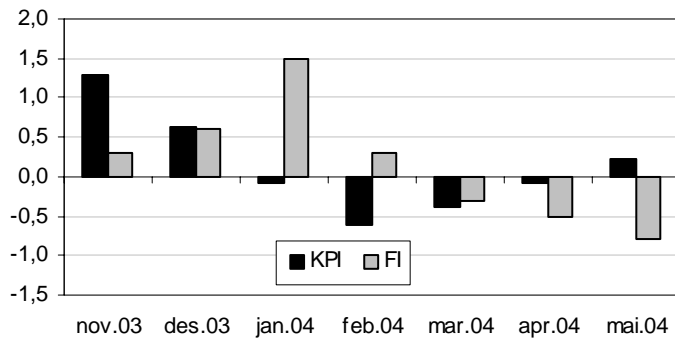
Konsumgruppe	Vekt i promille	Nov. 2004	Des. 2004	Jan. 2005	Feb. 2005	Mars 2005	April 2005	Mai 2005
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	116,7	-	0,02	0,01	0,06	0,02	0,02	0,08
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	27,7	-	0,00	0,18	0,04	0,00	0,00	0,00
Klær og skotøy	59,9	-	-0,10	-0,41	-0,30	0,04	0,05	0,10
Bolig, lys og brensel	253,1	-	0,15	0,38	0,08	-0,08	-0,13	-0,20
Møbler og husholdningsartikler mv.	69,9	-	-0,01	-0,07	0,10	0,10	0,01	0,01
Helsepleie	27	-	0,01	0,03	0,02	0,00	0,00	0,01
Transport	186,4	-	0,00	0,07	0,09	0,00	0,04	0,04
Post og teletjenester	23,2	-	0,00	-0,01	0,00	0,01	0,00	0,00
Kultur og fritid	127,5	-	0,00	0,19	0,03	-0,01	0,00	-0,01
Utdanning	3,20	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Hotell- og restauranttjenester	38,8	-	0,02	0,01	0,01	0,01	0,02	0,03
Andre varer og tjenester	66,6	-	0,02	0,04	0,02	0,01	0,05	0,03

**Tabell 6. Forventet og faktisk månedsendring for total konsumprisindeks og hovedgrupper. Endringstall i prosent**

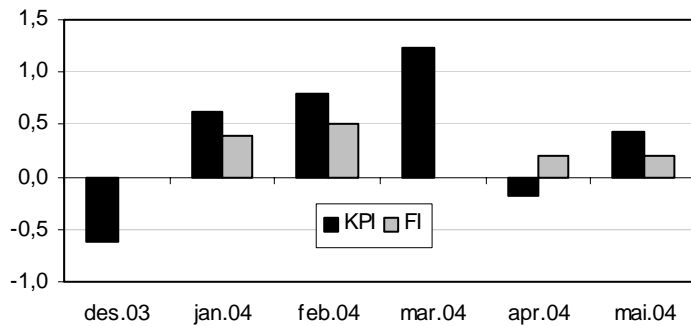
	FI des. 2003	KPI des. 2003	FI jan. 2004	KPI jan. 2004	FI feb. 2004	KPI feb. 2004	FI mars 2004	KPI mars 2004	FI april 2004	KPI april 2004	FI mai 2004	KPI mai 2004
<b>Total</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,4</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	0,2	0,2	0,1	0,2	0,5	0,5	0,2	0,7	0,2	0,2	0,7	0,0
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	0,0	0,2	6,6	8,7	1,6	0,4	0,0	0,2	0,0	-0,5	0,0	0,7
Klær og skotøy	-1,7	0,0	-6,9	-9,9	-5,0	1,4	0,6	3,6	0,9	2,2	1,7	0,3
Bolig, lys og brensel	0,6	0,6	1,5	-0,1	0,3	-0,6	-0,3	-0,4	-0,5	-0,1	-0,8	0,2
Møbler og husholdningsartikler mv.	-0,1	-0,3	-1,0	-1,8	1,4	1,0	1,4	0,1	0,2	0,2	0,2	-0,3
Helsepleie	0,2	-0,5	1,1	2,0	0,6	0,1	0,0	0,1	-0,1	0,0	0,3	0,2
Transport	0,0	-0,6	0,4	0,6	0,5	0,8	0,0	1,2	0,2	-0,2	0,2	0,4
Post og teletjenester	0,0	-0,5	-0,4	0,0	0,2	-0,1	0,4	-0,5	-0,1	-0,2	0,0	-0,4
Kultur og fritid	0,0	-0,2	1,5	0,9	0,2	-0,1	-0,1	0,2	0,0	0,6	-0,1	-0,2
Utdanning	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Hotell- og restauranttjenester	0,5	-0,1	0,2	0,6	0,2	0,3	0,2	0,2	0,4	-0,2	0,7	0,2
Andre varer og tjenester	0,3	0,1	0,6	0,6	0,3	-0,2	0,2	0,0	0,7	0,1	0,5	-0,3

## Vedlegg B. Forventet og faktiske indeks for utvalgte hovedgrupper

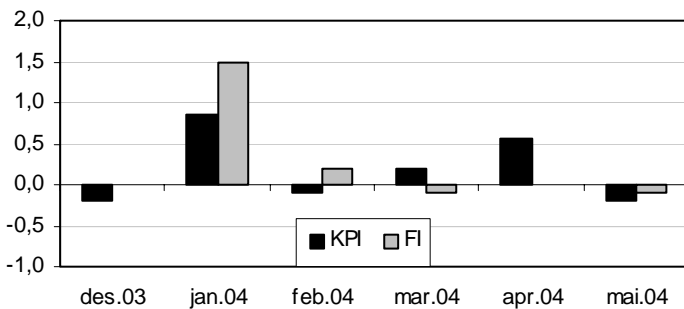
Figur B1. Bolig, lys og brensel, forventningsindikator og konsumprisindeks



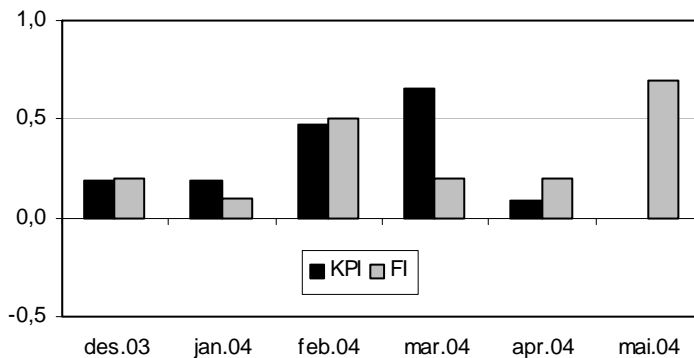
Figur B2. Transport, forventningsindikator og konsumprisindeks



Figur B3. Kultur og fritid, forventningsindikator og konsumprisindeks



Figur B4. Matvarer og alkoholfrie drikkevarer, forventningsindikator og konsumprisindeks



## Vedlegg C. 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 husholdningsapparat
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

**COICOP Navn**

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

## **Vedlegg D. Skjema for forventet prisutvikling**



## 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 400 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 3. desember 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 november 2003 - mai 2004 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 fyller 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**

	Nov. - des. 2003	Des. 2003 - jan. 2004												
}	<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,	
		,												
		,												
	,													
	,													
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		
	,													
	,													
	,													
	,													
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret													
}	<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,	
		,												
		,												
	,													
	,													
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		
	,													
	,													
	,													
	,													
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret													
}	<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,	
		,												
		,												
	,													
	,													
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		
	,													
	,													
	,													
	,													
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret													
}	<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,	
		,												
		,												
	,													
	,													
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		
	,													
	,													
	,													
	,													
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret													
}	<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,	
		,												
		,												
	,													
	,													
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,			,		
	,													
	,													
	,													
	,													
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret													



### Forventet månedlig prisendring

Jan. - feb. 2004

Feb. - mars 2004

Mars - april 2004

April - mai 2004

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret

▲ → 

	,
	,

 %

▼ → 

	,
	,

 %

Uendret



**2** Vi vil også gjerne vite hvordan ditt foretak forventer at konsumprisindeksen samlet vil utvikle seg i perioden fra november 2003 til november 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

- 2004/67 L. Lerskau, K.M. Heide, E. Holmøy og I.F. Solli: Virkningsberegninger på MSG6. Appendiks til Rapporter 2004/18 "Macroeconomic Properties of the Norwegian Applied General Equilibrium Model MSG6". 140 s.
- 2004/68 A. Holmøy, R. Johannessen og L. Solheim: Etablering av ny husleiestatistikk (indeks) - en forstudie. 19s.
- 2004/69 E.E. Eibak og F. Haraldsen: Undersøking om foreldrebetaling i barnehagar, august 2004. 45s.
- 2004/70 A. Raknerud, D. Rønningen og T. Skjerpen: Dokumentasjon av kapital-databasen. En database med data for varige driftsmidler og andre økonomiske data på foretaksnivå. 12s.
- 2004/71 M.T. Dzamarija: Norske barn i utlandet. Utvalgte land: Pakistan, Marokko, Tyrkia og Spania. 33s.
- 2004/72 A.S. Abrahamsen og A. Seierstad: Analyse av revisjon. Kostra kommunehelse. 50s.
- 2004/73 E. Mørk og E Willand-Evensen: Husholdningers forbruk. En sammenlikning av forbruksundersøkelsen og nasjonalregnskapet. 37s.
- 2004/74 M. Åamodt: Kvalitetsprosjekt for videregående opplæring Utført på oppdrag fra Utdannings- og forskningsdepartementet i perioden mars 2003-september 2004. 188s.
- 2004/75 S. Blom: Holdninger til innvandrere og innvandring 2004. 54s.
- 2004/76 A. Rolland: En inspeksjon av Elevinspektørene. 51s.
- 2004/77 A. Rolland: KOSTRA og kvaliteten på de kommunale tjenester. 32.
- 2004/78 J.A. Osnes: Beregningsutvalget. Dokumentasjon av SAS-systemet. 98s.
- 2004/79 T. Eika og T. Skjerpen. Hvitevarer 2005. Modell og prognose. 18s.
- 2004/80 A.K. Johnsen og T. Nøtnes: Biblioteket i fokus? Rapport fra fokusgrupper for bibliotek og informasjonssenteret i Statistisk sentralbyrå. 26s.
- 2004/81 H. Tønseth: Årsrapport 2003. Kontaktutvalget for helse- sosialstatistikk. 12s.
- 2004/82 I. Håland og G. Næringsrud: Kontantstøtte og Arbeidskraftundersøkelsen (AKU). 28s.
- 2004/83 L. Vågane: Omnibusundersøkelsen juli /august 2004. Dokumentasjonsrapport. 45s.
- 2004/84 D. Spilde: Statistikk over energibruk i industrien. Dokumentasjon og brukerveiledning. 53s.
- 2004/85 L. Haakonsen: KVARTS i paksis III. Systemer og rutiner i den daglige driften. 72s.
- 2004/86 L-C. Zhang og A. Vedø: Omlegging av utvalgsplan for (AKU). 15s.
- 2004/87 F. Strøm: Personer uten registrert inntekt eller formue. En gjennomgang av SSBs datagrunnlag for registerbasert inntekts- og formustatistikk 30s.
- 2004/88 G. Daugstad og B. Lie: Kvalitativ forstudie til levekårsundersøkelse blant ikkevestlige innvandrere. 138s.
- 2004/89 S. Lien og Ø. Sivertstøl: Langtidsmottakere av sosialhjelp 1997-1999. 64s. ISSN 0806-3745
- 2005/1 S. Hansen og T. Skoglund: Sysselsetting og lønn i historisk nasjonalregnskap. Beregninger for 1949-1969. 36s.
- 2004/2 FoU og innovasjonstatistikk 2001 og 2002-dokumentasjon. 82s.
- 2005/3 M. Steinnes, J. Monsrud, E. Engelién og V.V. Holst Bloch: Samferdsel og miljø. Utvikling av et norsk indikatorsett tilpasset et felles europeisk sammenligningsgrunnlag. 80s.