

*Elisabeth Eng Eibak*

**Forventningsindikator -  
konsumprisene**  
November 2003 - mai 2004

# Innhold

<b>1. Bakgrunn</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Metode</b> .....	<b>4</b>
2.1. Formål .....	4
2.2. Endringer i metode i forhold til Konkurransetilsynets indikator.....	4
2.3. Utvalg av respondenter og konsumgrupper.....	4
2.4. Innsamling av forventet prisendring.....	5
2.5. Revisjon, kontroller og beregning.....	5
2.6. Feilkilder og usikkerhet.....	6
<b>3. Hovedresultat</b> .....	<b>7</b>
3.1. Forventet månedsendring .....	7
3.2. Avledet tolv månedersvekst .....	9
<b>Vedlegg</b>	
Vedlegg 1. Konsumgrupper i utvalget .....	10
Vedlegg 2. Tabeller .....	12
Vedlegg 3. Forventet konsumprisvekst - november 2001 - mai 2004 .....	14
Vedlegg 4. Skjema for forventet prisutvikling.....	15
De sist utgitte publikasjonene i serien Notater.....	22



## 1. Bakgrunn

Statistisk sentralbyrå har utarbeidet forventningsindikatorer for perioden november 2003 til mai 2004 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 vårindikatoren for 2004 bygger imidlertid på samme metode som høstindikatoren 2003.

Dette notatet omtaler primært vårindikatoren 2004. 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 november 2003 til mai 2004. Vedlegg 3 gir en oversikt over forventningene for de 5 undersøkelsene som til nå er gjennomført, det vil si for perioden november 2001 til mai 2004. Vedlegg 4 viser et eksemplar av skjemaet som ble benyttet i innsamlingen av prisforventningene.

## **2. Metode**

### **2.1. Formål**

Forventningsindikatoren 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 vektene (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 408 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 november/desember 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 november 2003 til mai 2004.

#### **2.4. Innsamling av forventet prisendring**

Undersøkelsen er gjennomført som en postal skjema basert undersøkelse. Skjemaet ble sendt ut i uke 47 i 2003 med om lag 14 dagers svarfrist. Det ble sendt et "purrebrev" til respondenter som ikke hadde besvart innen tidsfristen. Av de 408 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.

#### **2.5. 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.

Som nevnt over bygger indikatoren på forventede og planlagte prisendringer per november/desember 2003. Manglende verdier som skyldes både totalt og partielt frafall er imputert med et likeveid snitt av anslagene for den aktuelle konsum-gruppe 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.

---

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

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 2000, 2001 og 2002.

## 2.6. 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 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. 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 månedsendring

Undersøkelsen viser at aggregert til en totalindeks forventer tilbudssiden en prisvekst på 0,9 prosent for perioden november 2003 til mai 2004, se tabell 1.

Det er forholdsvis små variasjoner mellom månedene (se tabell 2). Høyest månedlig prisvekst er forventet fra desember til januar med en vekst på 0,4 prosent, mens det er forventet ingen endring i prisene fra mars til april. Den faktiske prisendringen fra desember til januar var en **nedgang** på 0,2 prosent. Det var forventet mindre nedgang i prisene på klær og skotøy enn det som faktisk ble registrert fra desember til januar. For gruppen bolig, lys og brensel ble det forventet en oppgang på 1,5 prosent, mens faktisk prisendring var en nedgang på 0,1 prosent. Noe som skyldes nedgang i elektrisitetsprisene, i tillegg til at husleiene var uendret fra desember til januar.

Samlet forventet prisvekst ekskludert forventet utvikling i elektrisitetsprisene, viser at elektrisitet trakk prisveksten svakt opp i desember og januar og trekker ned i mars, april og mai, se tabell 4. Tabellen 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 november til mai sett under ett forventes høyest prisvekst for gruppen "alkoholholdige drikkevarer og tobakk" med en vekst på 8,3 prosent. Analyse av undergrupper viser at innen gruppen "alkoholholdige drikkevarer og tobakk" er det forventet kraftig prisoppgang på tobakk. Avgiften på røyketobakk økte fra nyttår til samme nivå som avgiften på sigaretter. En langt mer moderat oppgang er forventet på alkohol.

Det er forventet at gruppen "Andre varer og tjenester" skal gå opp 2,6 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 hotell- og restauranttjenester forventes å øke med 2,2 prosent. Det er forventet en noe større oppgang på hotelltjenestene sett i forhold til restauranttjenestene.

I gruppen "bolig, lys og brensel" er det forventet en oppgang på 0,8 prosent fra november til mai. I desember, januar og februar er det forventet en prisoppgang, med størst økning i januar, mens en svak nedgang i prisene fra mars til mai. Dette er i stor grad påvirket av forventningene til utvikling i elektrisitetsprisene. Dette samsvarer med faktisk sesongutvikling i elektrisitetsprisene i tidligere år, hvis man i en viss grad ser bort fra den spesielle utviklingen på elektrisitet i 2003. Svarprosenten blant kraftverkene var på vel 64 prosent.

Prisene på matvarer og alkoholfrie drikkevarer forventes å gå opp med 1,8 prosent fra november til mai. Det er gruppene frukt og grønnsaker som har størst variasjoner, og for disse matvarene kan det være vanskelig å predikere sesongsvingningene.



Gruppen "klær og skotøy" viser derimot en sesongmessig nedgang i samme periode på 10,2 prosent. Fra desember til februar er det forventet en nedgang i prisene på klær og skotøy på 11,5 prosent. Fra mars er det igjen ventet en prisoppgang etter vintersalget, men ikke på langt nær så kraftig som den forventede nedgangen månedene før. I gruppen "møbler og husholdningsartikler" er det også forventet en sesongmessig prisnedgang fra desember til februar. Samlet sett går gruppen opp 2,1 prosent i perioden november 2003 til mai 2004.

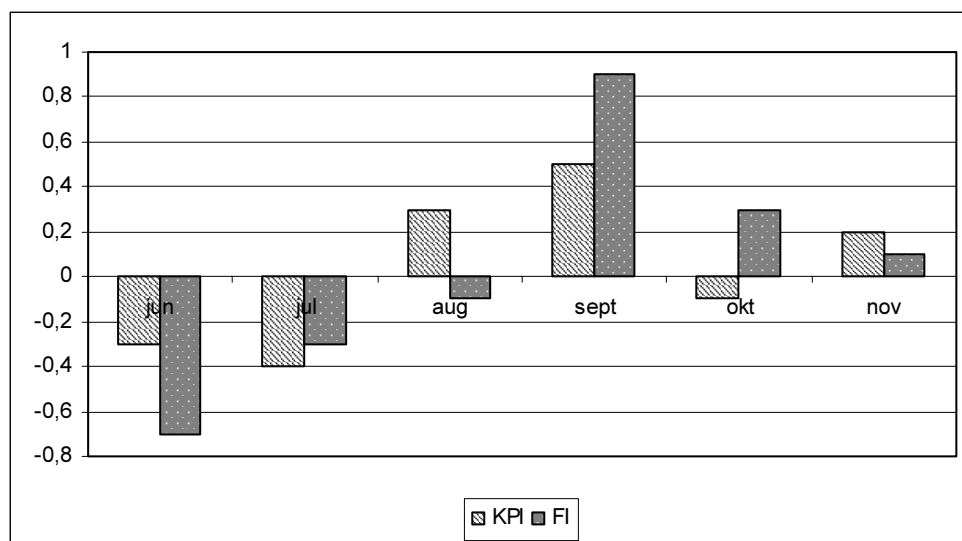
I gruppen post og teletjenester er det også forventet en svak oppgang, det hovedsakelig på grunn av økte priser på posttjenester.

Sammenligner vi forventningene for perioden mai til november 2003 med den faktiske prisveksten målt ved konsumprisindeksen i samme periode, ser vi at det avviket mellom forventet og faktisk prisvekst er forholdsvis stort i fire av seks måneder, se figur 1. Det er særlig innen gruppene "klær og skotøy", "bolig, lys og brensel" og "post og teletjenester" det er avvik fra den faktiske prisveksten.

Endringene innen klær og skotøy forventes til å være kraftigere, både i nedgang i prisene og ved oppgang etter salg sett i forhold til den faktiske prisveksten. I gruppen bolig, lys og brensel er det også avvik, noe som kan skyldes at det er vanskelig å forutsi prisutviklingen på elektrisitet, på grunn av den noe unormale situasjonen vi har hatt det siste året.

I tabell 5 er det gitt en fullstendig oversikt over forventet og faktisk konsumprisvekst for total konsumprisindeks og hovedgrupper.

**Figur 1. Faktisk og forventet prisvekst, juni – november 2003**  
**Endring i prosent.**



KPI: konsumprisindeks  
 FI: forventningsindikator

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

Målt som avledet<sup>2</sup> 12-månedersvekst, se tabell 3, vil den laveste prisveksten finne sted i januar 2004 med en nedgang på 1,1 prosent. Faktisk 12-månedersendringen i samme periode var en nedgang på 1,8 prosent, kraftigere nedgang enn avledet 12-månedersvekst. Gruppene "utdanning", "alkoholholdige drikkevarer og tobakk" og "helsepleie" 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 november 2003 til mai 2004. 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 fire av seks måneder.

Forventet utvikling i elektrisitet og energivarer gir betydelige bidrag til både gruppen "bolig, lys og brensel" og til total forventet prisvekst målt som avledet 12-månedersvekst, se tabell 4.

---

<sup>2</sup> Fremkommer ved å benytte anslåtte indekser for hver måned i perioden november 2003 – mai 2004 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 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

Konsumgruppe	Nov. 2003	Des. 2003	Jan. 2004	Feb. 2004	Mars 2004	April 2004	Mai 2004	Nov. 2003 - Mai 2004
								Endring i %
Total	112,60	112,70	113,20	113,40	113,50	113,50	113,60	0,9
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	105,0	105,2	105,3	105,8	106,0	106,2	106,9	1,8
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	112,6	112,6	120,0	121,9	121,9	121,9	121,9	8,3
Klær og skotøy	78,6	77,3	72,0	68,4	68,8	69,4	70,6	-10,2
Bolig, lys og brensel	129,7	130,5	132,5	132,9	132,5	131,8	130,8	0,8
Møbler og husholdningsartikler mv.	102,2	102,1	101,1	102,5	103,9	104,1	104,3	2,1
Helsepleie	123,2	123,4	124,8	125,5	125,5	125,4	125,8	2,1
Transport	113,0	113,0	113,4	114,0	114,0	114,2	114,4	1,2
Post og telejenester	84,4	84,4	84,1	84,3	84,6	84,5	84,5	0,1
Kultur og fritid	104,7	104,7	106,3	106,5	106,4	106,4	106,3	1,5
Utdanning	141,1	141,1	141,1	141,1	141,1	141,1	141,1	0,0
Hotell- og restaurantjenester	121,0	121,6	121,9	122,1	122,4	122,9	123,7	2,2
Andre varer og tjenester	119,3	119,6	120,3	120,7	120,9	121,8	122,4	2,6

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

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

**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
Total	-	0,7	-1,1	-1,0	-0,3	0,5	1,2
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	-	3,4	2,8	2,4	2,4	2,3	2,7
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	-	-0,9	4,9	6,2	6,3	6,2	5,9
Klær og skotøy	-	-13,3	-10,0	-15,5	-15,8	-15,8	-14,5
Bolig, lys og brensel	-	3,4	-4,4	-2,6	0,2	2,6	3,5
Møbler og husholdningsartikler mv.	-	-0,9	0,1	-0,2	1,4	1,6	1,6
Helsepleie	-	4,9	5,3	4,7	4,8	4,8	5,1
Transport	-	0,2	-0,6	-1,0	-1,0	-0,3	1,1
Post og telejenester	-	-5,2	-4,6	-4,1	-3,5	-3,0	-2,8
Kultur og fritid	-	-0,8	0,1	0,4	-0,1	-0,4	-0,3
Utdanning	-	7,3	6,9	6,9	6,9	6,9	6,9
Hotell- og restaurantjenester	-	3,3	3,2	3,1	3,1	3,0	3,8
Andre varer og tjenester	-	3,2	2,2	1,9	2,2	2,4	2,9

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

Konsumgruppe	Nov. 2003	Des. 2003	Jan. 2004	Feb. 2004	Mars 2004	April 2004	Mai 2004
Total månedsendring	-	0,1	0,4	0,2	0,1	0,0	0,1
Total_ex_elektrisitet månedsendring	-	0,0	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3
Total_ex_energiener månedsendring	-	0,0	0,3	0,2	0,2	0,2	0,4
Total 12-månedsendring	-	0,7	-1,1	-1,0	-0,3	0,5	1,2
Total_ex_elektrisitet 12-månedsendring	-	0,6	0,9	0,5	0,5	0,5	0,9
Total_ex_energiener 12-månedsendring	-	0,5	0,8	0,6	0,6	0,5	0,8

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

	Fi juni 2003	KPI juni 2003	Fi juli 2003	KPI juli 2003	Fi aug.2003	KPI aug. 2003	Fi sept. 2003	KPI sept. 2003	Fi okt. 2003	KPI okt. 2003	Fi nov. 2003	KPI nov. 2003
Total	-0,7	-0,3	-0,3	-0,4	-0,1	0,3	0,9	0,5	0,3	-0,1	0,1	0,2
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	0,9	0,8	0,8	0,7	-0,1	-0,6	0,5	0,6	-0,1	-0,5	0,0	-0,1
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	0,0	0,0	0,5	0,0	0,2	0,0	0,4	0,0	0,0	0,1	0,0	-2,3
Klær og skotøy	-3,6	-1,9	-7,0	-5,3	-2,6	-1,7	6,2	3,3	0,3	1,2	0,0	-0,3
Bolig, lys og brensel	-1,7	-0,5	-0,6	-0,8	0,4	1,8	1,0	0,9	0,8	-0,2	0,3	1,3
Møbler og husholdningsartikler mv.	-0,1	-0,5	0,1	-0,2	-0,9	-0,1	0,3	0,0	0,1	0,4	0,0	-0,1
Helsepleie	-0,3	0,2	4,7	0,5	-0,1	1,0	0,0	-0,3	0,6	1,6	-0,1	-0,1
Transport	0,1	0,1	-0,1	0,6	0,2	0,4	0,2	-0,2	0,0	-0,4	0,0	-0,6
Post og tele tjenester	-1,4	-0,3	-0,1	-1,4	0,0	0,6	0,1	-0,8	-0,1	0,5	0,0	-1,4
Kultur og fritid	-0,9	-1,0	-0,1	-0,1	0,0	-0,6	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	-0,3
Utdanning	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,3	6,9	0,0	0,0	0,0	0,0
Hotell- og restaurant tjenester	0,3	0,5	0,3	-0,4	0,3	0,3	0,5	0,4	0,0	-0,2	-0,1	0,8
Andre varer og tjenester	0,3	-0,1	0,8	0,8	0,0	-0,9	0,5	0,2	0,8	0,2	0,0	0,2

Fi: forventingsindikatoren

KPI: konsumprisindeksen

## Vedlegg 3. Forventet konsumprisvekst - november 2001 - mai 2004

Forventet månedsendring for total konsumprisindeks og hovedgrupper for perioden desember 2001 - mai 2004. Endringstall i prosent.																			
Konsumgruppe	Des. 2001	Jan. 2002	Feb. 2002	Mars 2002	Apr. 2002	Mai 2002	Juni 2002	Juli 2002	Aug. 2002	Sept. 2002	Okt. 2002	Nov. 2002	Des. 2002	Jan. 2003	Feb. 2003	Mars 2003	April 2003	Mai 2003	
<b>Konsumgruppe</b>																			
Total	0,1	0,6	0,8	0,6	0,3	0,2	-0,2	-0,2	0,5	0,4	0,3	0,2	0,6	1,0	0,3	0,1	-0,1	-0,1	
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	0,1	0,1	0,3	1,4	0,1	0,1	0,0	0,2	0,5	-0,2	-0,7	-0,1	0,0	0,1	0,5	0,2	0,1	0,2	
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	1,2	-3,7	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,1	0,1	0,4	0,1	0,0	-0,7	0,2	0,0	0,0	0,0	
Klær og skotøy	0,0	-6,4	0,6	3,4	0,6	0,2	-2,5	0,0	3,5	1,9	0,6	0,1	0,0	-1,6	-5,8	1,6	0,0	0,0	
Bolig, lys og brensel	0,1	2,1	0,4	0,2	0,0	0,2	-0,3	-0,1	0,5	0,4	0,7	0,8	2,9	2,5	1,2	-0,4	-0,8	-1,2	
Møbler og husholdningsartikler mv.	0,0	-0,5	2,0	0,6	0,0	0,3	0,0	0,0	-0,1	0,5	0,2	0,0	0,1	-0,3	0,6	0,1	0,2	0,1	
Helsepleie	0,0	0,8	1,6	0,2	-0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	1,0	0,0	0,1	-0,1	0,1	0,6	0,4	0,3	0,1	
Transport	-0,1	1,6	1,7	0,7	0,0	0,3	-0,2	0,4	0,3	0,6	0,3	0,2	0,0	0,0	0,4	0,1	0,2	0,1	
Post og telejenester	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0	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	0,2	1,8	0,0	0,2	0,4	0,9	0,6	0,0	0,7	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	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Hotell- og restaurantjenester	0,4	1,0	0,3	0,2	0,2	0,1	1,6	0,2	0,4	1,0	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	1,2	1,2	0,5	0,1	1,4	0,4	0,6	0,2	-0,1	
<b>Konsumgruppe</b>																			
Total	0,4	0,3	0,2	0,6	0,3	0,3	0,1	-0,1	-0,1	0,4	0,3	0,2	0,6	1,0	0,3	0,1	-0,1	-0,1	
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	-0,2	-0,7	-0,1	0,0	0,1	0,5	0,2	0,1	0,2	-0,2	-0,7	-0,1	0,0	0,1	0,5	0,2	0,1	0,2	
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	0,1	0,4	0,1	0,0	-0,7	0,2	0,0	0,0	0,0	0,1	0,4	0,1	0,0	-0,7	0,2	0,0	0,0	0,0	
Klær og skotøy	1,9	0,6	0,1	0,0	-1,6	-5,8	1,6	0,0	0,0	1,9	0,6	0,1	0,0	-1,6	-5,8	1,6	0,0	0,0	
Bolig, lys og brensel	0,4	0,7	0,8	2,9	2,5	1,2	-0,4	-0,8	-1,2	0,4	0,7	0,8	2,9	2,5	1,2	-0,4	-0,8	-1,2	
Møbler og husholdningsartikler mv.	0,5	0,2	0,0	0,1	-0,3	0,6	0,1	0,2	0,1	0,5	0,2	0,0	0,1	-0,3	0,6	0,1	0,2	0,1	
Helsepleie	1,0	0,0	0,1	-0,1	0,1	0,6	0,4	0,3	0,1	1,0	0,0	0,1	-0,1	0,1	0,6	0,4	0,3	0,1	
Transport	0,6	0,3	0,0	-0,2	1,0	0,4	0,1	0,2	0,1	0,6	0,3	0,0	-0,2	1,0	0,4	0,1	0,2	0,1	
Post og telejenester	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	
Kultur og fritid	0,0	0,1	0,1	-0,1	1,2	0,1	0,1	-0,1	0,3	0,0	0,1	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	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	
Hotell- og restaurantjenester	0,6	0,3	0,6	-0,1	-0,2	0,8	0,3	0,3	0,8	0,6	0,3	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	0,3	0,6	0,4	0,0	1,4	1,3	0,1	1,0	1,1	



Forventet månedsendring for total konsumprisindeks og hovedgrupper for perioden desember 2001 - mai 2004. Endringstall i prosent (forts.)

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

## **Vedlegg 4. 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

**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!**



**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 måneden(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"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.	
		,												
		.												
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><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"/> Uendret												
}	<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.	
		,												
		.												
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><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"/> Uendret												
}	<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.	
		,												
		.												
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><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"/> Uendret												
}	<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.	
		,												
		.												
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><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"/> Uendret												
}	<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.	
		,												
		.												
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><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"/> Uendret												



### Forventet månedlig prisændring

Jan. - feb. 2004	Feb. - mars 2004	Mars - april 2004	April - mai 2004																																				
<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,	
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,	
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret																																				
<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,	
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,	
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret																																				
<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,	
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,	
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret																																				
<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,	
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,	
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret																																				
<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▲ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,	
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,		<input type="checkbox"/> ▼ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td colspan="3" style="border-top: 1px solid black;"></td></tr><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr></table> %		,						,	
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
	,																																						
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret																																				

## De sist utgitte publikasjonene i serien Notater

- |         |                                                                                                                                                                |         |                                                                                                                                   |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2003/85 | T.M. Normann: Omnibusundersøkelsen august/september 2003. Dokumentasjonsrapport. 36s.                                                                          | 2004/6  | J. Kjelvik: Del I: Kommunenes utgifter til primærlegetjenesten 2002. Del II: Organisering av legevaktjenesten. 52s.               |
| 2003/86 | T. Eika og T. Skjerpen: Hvitvarer 2004. Modell og prognose. 19s.                                                                                               | 2004/7  | K. Olsen: Forsystem for ikke-finansielle foretak i nasjonalregnskapet, dokumentasjon av teknisk drift. 29s.                       |
| 2003/87 | S. Blom og B. Lie: Holdningen til innvandrere og innvandring. Spørsmål i SSBs omnibus i august/september 2003. 58s.                                            | 2004/8  | K. Olsen: Database for de institusjonelle sektorene i nasjonalregnskapet, dokumentasjon av teknisk drift. 24s.                    |
| 2003/88 | A. Holmøy: Undersøkelse om livsløp, aldring og generasjon (LAG). Dokumentasjonsrapport. 135s.                                                                  | 2004/9  | K. Olsen: Forsystem for finansielle foretak i nasjonalregnskapet, dokumentasjon av teknisk drift. 30s.                            |
| 2003/89 | Ø. Kleven og E. Wedde: Medieundersøkelsen 2002. Dokumentasjonsrapport. 43s.                                                                                    | 2004/10 | T. Bye, P.R. Johansen og K.G. Salvanes: Evaluering av Arbeidstilbudsforskningen i SSBs forskningsavdeling. 119s.                  |
| 2003/90 | S. Derakhshanfar, S. Lien og C. Nordseth: FD - Trygd. Dokumentasjonsrapport. Barnetrygd. 1996-2002. 44s.                                                       | 2004/11 | A. M. Auno, B. Gabrielsen, T. Hagen, T. Kvalø og K. Vetvik: ILO-Arbeidskraftregnskap. Delprosjekt arbeidstid. 44 s.               |
| 2003/91 | J. Larsson og K. Telle: Dokumentasjon av DEED. En database over bedriftspesifikke miljødata og økonomiske data for forurensende norske industribedrifter. 16s. | 2004/12 | K. Lorenzen: Dokumentasjon av registrering av selvstendige i 2000 - kriterier for opplasting og oppfølging etter opplasting. 41s. |
| 2003/92 | J.I. Hamre: Undersøkelsen om legemeldt sykefravær. Dokumentasjon av utvalgsplan, trekking og rullering for 2003. 37s.                                          | 2004/13 | S. Flåte, B.O. Lagerstrøm og E. Wedde: Barns levekår i lavinntektsfamilier. Dokumentasjonsrapport. 68s.                           |
| 2004/1  | A.G. Pedersen: Sammenligning av manuell og automatisert metode ved koding av dødsårsak. 22s.                                                                   | 2004/14 | D.Q. Pham: Korrigering for helligdager for ukeverk i AKU. 27s.                                                                    |
| 2004/2  | T.M. Köber: Registerbasert sysselsettingsstatistikk for helse og sosialhjelp. 42s.                                                                             | 2004/15 | T.M. Normann: Omnibusundersøkelsen november/ desember 2003. Dokumentasjonsrapport. 49s.                                           |
| 2004/3  | T. Dypbukt: Tilpasningseffekter av utbytteskatten i 2000/2001. 38s.                                                                                            | 2004/16 | A. Sundvoll og L. Taule: Utviklingsprosjekt for kirkelig tjenestestatistikk. Dokumentasjonsrapport. 51s.                          |
| 2004/4  | A.H. Foss: Kvaliteten i arbeidsmarkedsdelen i Folke- og boligtellings 2001. 42s.                                                                               | 2004/17 | S. Flåte: Undersøkelse om trygghet i hverdagen. Dokumentasjonsrapport. 46s                                                        |
| 2004/5  | L.C. Zhang: Domene-estimering i lønnsstatistikk. 14s.                                                                                                          | 2004/18 | H.C.Hougen og C. Wiecek: Undersøkelse om levekår og psykisk helse blant innsatte i norske fengsler. Dokumentasjonsrapport. 94s.   |