

Prisnivåforskjeller mellom regioner

Fredrik Carlsen

Innledning

Et viktig formål med konsumprisindeksen er å svare på følgende spørsmål: Hvor mye må husholdningenes inntekt endres for å beholde kjøpekraften når prisene endres? Ideelt sett burde vi beregne hvilken inntektsendring som gir husholdningene konstant nytte. Men siden nytte ikke kan observeres, nøyer vi oss med å beregne inntektsendringen som er nødvendig for å kunne kjøpe samme varekombinasjon. Hvis svaret på spørsmålet er 5 prosent, betyr det at konsumprisene har steget med 5 prosent.

For å beregne prisendringen mellom to tidspunkter, trengs to typer informasjon. Vi må vite hvor mye prisene på de enkelte varer og tjenester har endret seg, og hvor stor andel av husholdningenes budsjett som hver vare/tjeneste utgjør. I praksis er det umulig å finne denne informasjonen for alle varer og tjenester. Statistisk sentralbyrå opererer derfor med et utvalg varer og tjenester hvor informasjon om andeler hentes fra Nasjonalregnskapet (Statistisk sentralbyrå, 2014)

I prinsippet kan vi lage en geografisk prisindeks på samme måte. I stedet for å sammenligne en kombinasjon av varer og tjenester på to forskjellige tidspunkter, kan vi sammenligne en kombinasjon av varer og tjenester på to forskjellige geografiske steder. Som for konsumprisindeksen trengs to typer informasjon: prisdifferansen mellom de to stedene for hver vare/tjeneste, og varenes/tjenestenes budsjettandeler. Budsjettandelene kan beregnes på samme måte som for konsumprisindeksen. Det nye ligger altså i at man beregner prisdifferanser i rom og ikke i tid.

En geografisk prisindeks vil gi informasjon om prisnivået på et geografisk avgrenset område relativt til prisnivået på referanseområdet. Hvis Oslo defineres som referanseområde, og prisnivået i Bergen ligger 5 prosent lavere enn i Oslo, vil prisindeksen være 100 i Oslo og 95 i Bergen. Som for konsumprisindeksen kan en geografisk prisindeks beregnes for undergrupper av varer og tjenester. For eksempel kan vi beregne en geografisk prisindeks for matvarer, for boligjenester, osv.

Geografiske prisindekser vil være nyttige for empiriske analyser av en rekke problemstillinger. Vi kan få bedre

statistikk om materielle levekår, herunder inntektsfordeling og fattigdom, hvis vi kjenner prisnivået i området der den enkelte husholdning bor (Moretti, 2013). Uten informasjon om geografisk prisnivå, vil vi undervurdere omfanget av fattigdom i områder med høye priser og overvurdere omfanget av fattigdom i områder med lave priser. Geografiske prisindekser vil derfor kunne bedre grunnlaget for beregning av offentlige ytelser som skal sikre alle et minimum av materiell levestandard. Et annet bruksområde er inntektssystemet for kommunesektoren. Geografiske prisindekser for kommunale tjenester vil gjøre det mulig å utforme et inntektssystem som i større grad bidrar til likeverdige tjenester i hele landet. Et tredje formål er å måle verdien av kvaliteter ved lokalmiljøet. Lokale priser og lønninger gir informasjon om verdien av goder som ikke omsettes i et marked dersom husholdningenes flyttebeslutninger reflekterer en avveining mellom realinntekt og ikke-markeds goder (Roback, 1982).

Utfordringer

Vi møter en rekke utfordringer ved sammenligning av prisnivået i geografiske områder. Utfordringene er i prinsippet ikke annerledes enn dem man møter ved sammenligning av prisnivået på to tidspunkter. Men i praksis er det vanskeligere å sammenligne geografiske områder på samme tidspunkt enn å sammenligne to tidspunkter i samme område. Årsaken er at verden normalt ikke forandrer seg så mye fra et tidspunkt til et annet, mens virkeligheten kan være veldig forskjellig i to ulike geografiske områder.

Kvalitet. Prissammenligning krever at varene som sammenlignes har samme kvalitet. Ved utarbeiding av konsumprisindeksen ivaretas kravet ved å beregne prisendring for identiske varer eller tjenester. For dagligvarer vil det være mulig å sammenligne identiske varer på tvers av regioner siden varene har detaljerte varenumre og prisinformasjon kan samles inn som strekkodedata. For en del andre varer vil det være mulig å skaffe informasjon om geografiske prisvariasjoner fra landsdekkende kjeder. Vanskeligere vil det være å skaffe prisdata om varer som produseres og omsettes lokalt. Statistisk sentralbyrå kan be en klesbutikk rapportere prisen på samme bunad på to forskjellige tidspunkter. Men det vil være tidkrevende, og kanskje umulig, å finne frem til en bunad som selges i alle regioner på samme tidspunkt.

Kvalitetsproblemet ved geografiske sammenligninger er større for tjenester enn for varer. Kvaliteten på en tjeneste avhenger av kompetansen til den eller de som

Fredrik Carlsen er professor ved Institutt for samfunnsøkonomi, NTNU (fredrik.carlsen@svt.ntnu.no)

utfører tjenestene. Prissammenligning av tjenester krever derfor sammenligning av kompetansen til personer, noe som normalt er vanskeligere enn å sammenligne egenskapene til varer. I ulike regioner vil nødvendigvis tjenestene produseres av forskjellige personer. Det vil være tidkrevende, men mulig, å samle inn informasjon om tjenesteytneres formelle kompetanse, slik som utdanning, erfaring, osv. Derimot vil det i praksis være umulig å kontrollere for individuelle kompetanseforskjeller utover det som kan leses av CVen. Generelt vil tjenestenes kvalitet også variere over tid, men denne variasjonen er trolig mindre enn variasjonen mellom områder. De fleste ansatte i en tjenestebedrift vil forbli i stillingen over flere tidsperioder. Dessuten vil opplæring av nytilsatte redusere kvalitetssvingninger.

Utvalg. Fordi smaken varierer, bidrar et bredt utvalg av varer og tjenester til at flere forbrukere finner produkter de er fornøyd med. Handbury og Weinstein (2011) bruker data om innkjøp av dagligvarer for 33 000 amerikanske husholdninger i 49 byer og finner at antall varevarianter øker med om lag 20 prosent når byens størrelse fordobles. Forfatterne finner at en økning i vareutvalget på 20 prosent utgjør en reell prisnedgang på om lag 1 prosent. En fordobling av byens størrelse øker følgelig kjøpekraften med om lag 1 prosent i den forstand at en husholdning trenger 1 prosent lavere inntekt for å oppnå samme nyttenivå som følge av større utvalg.

Handbury og Weinstein (2011) sin analyse av vareutvalg gjelder dagligvarer. Trolig har befolkningsgrunnlaget større betydning for utvalget av tjenester, særlig tjenester som innebærer høye faste kostnader, slik som opera, dyrehage eller charterturer til Syden. I et relativt spredtbygd land som Norge, vil slike tjenester kun være tilgjengelig på et fåtall steder. Det betyr imidlertid ikke at folk i distriktene ikke kan benytte seg av slike tilbud. Men prisen de må betale vil inkludere transportkostnader, tidskostnader, og kanskje også overnatting. For disse tjenestene vil det derfor være betydelig mer ressurskrevende å måle geografiske prisvariasjoner enn prisendringer over tid.

Offentlige tjenester. Offentlige tjenester representerer en spesiell utfordring fordi kvaliteten ofte avhenger av egenskaper ved mottakeren av tjenestene. For eksempel, kvaliteten på eldreomsorgen i en kommune er ikke bare en funksjon av tilbudet - slik som antall pleiere, andel enerom på sykehjem, etc. - men også hvilken bistand brukerne trenger. For et gitt tilbud vil kvaliteten være lavere jo større behov for hjelp. Ved beregning av konsumprisindeksen brukes informasjon om endringer i gebyrer og egenandeler som befolkningen betaler. I prinsippet burde det også tas hensyn til endringer i kvaliteten på tjenestene over tid, men både tilbudet av tjenester og egenskaper ved brukerne vil normalt endres lite fra et tidspunkt til et annet. Derimot er det store forskjeller mellom kommuner, både med hensyn til tilbudet som gis, og brukernes behov.

Boligpriser. Det finnes data om to typer boligpriser: månedlig husleie som leieboere betaler, og omsetningspriser ved boligomsetning. Valg av boligpriser for geografiske prissammenligninger avhenger av husholdningenes tidshorisont. Hvis man planlegger å bo et sted bare for en kortere periode, vil det gjerne lønne seg å leie i stedet for å eie, blant annet på grunn av dokumentavgiften. I så fall er det husleien som er den relevante prisen. Hvis man derimot planlegger å bo i et område lenge, vil de fleste foretrekke å kjøpe bolig, og da er det kapitalkostnadene til kjøpesummen som er relevant (pluss vedlikeholdskostnader). For en horisont på 5-10 år er det ikke opplagt hvilken boligpris som skal brukes ved utforming av geografiske prisindekser.

Kapitalisering. Kjøp eller leie av bolig er forskjellig fra andre konsumbeslutninger ved at verdien av varen ikke bare avhenger av egenskaper ved selve varen, men også av varens beliggenhet. Gjennom kapitalisering vil en boligs verdi avhenge av egenskaper ved det geografiske området boligen er lokalisert i. Egenskaper som påvirker boligprisene inkluderer tilgang til arbeidsplasser og utdanningsinstitusjoner, kriminalitet i nabolaget, klima, miljøforhold, osv. To identiske boliger - med samme størrelse, antall rom, bruk av materialer, etc. - kan ha svært ulikt prisnivå hvis de ligger i forskjellige deler av landet.

Kapitalisering reiser spørsmålet om hvordan variasjon i bokostnader bør tas hensyn til ved utforming av geografiske prisindekser. Variasjon i byggekostnader som skyldes variasjon i faktorpriser eller egenskaper ved tomtene, må tas hensyn til. Men det er ikke opplagt at det skal tas hensyn til forskjeller i bokostnader som skyldes omgivelsene. Hvis et godt klima eller lav kriminalitet bidrar til økte boligpriser, vil det koste mer å bo i området, men til gjengjeld får innbyggerne høyere nytte i form av bedre klima eller lavere kriminalitet. Man kan si at boligprisen består av to deler, prisen for å bo i et 'gjennomsnittsområde' og prisen (positiv eller negativ) for å bo i en region som er mer attraktiv (positiv pris) eller mindre attraktiv (negativ pris) enn gjennomsnittsområdet. Den andre komponenten - prisen for å bo i et område som avviker fra gjennomsnittet - skal ikke nødvendigvis tas hensyn til ved beregning av en geografisk prisindeks fordi komponenten representerer betaling for livskvalitet.

Håndtering av kapitalisering avhenger av formålet med analysen. Hvis vi lager en geografisk prisindeks for å sammenligne materiell fattigdom på tvers av regioner, er det rimelig å la bokostnadene i sin helhet inngå i prisindeksen. En familie blir ikke mindre fattig fordi om solen skinner. Men hvis hensikten med analysen er å vurdere langsiktige effekter av distriktspolitikk, må vi ta hensyn til at det ikke bare er målbart konsum av varer og tjenester som påvirker livsstandarden.

Empirisk analyse

I det følgende presenteres et forsøk på å analysere geografiske prisforskjeller for dagligvarer, som er en varegruppe vi har gode data for. Jeg gjør ikke noe forsøk for å lage en fullstendig prisindeks; ambisjonsnivået begrenses til å sammenligne prisnivået i fire kommunetyper, nemlig kommunene i hovedsentralitetsnivåene 0-3. Sammenligning av sentraliseringsnivåene er spesielt interessant når man ønsker å studere forskjeller mellom sentrale og perifere strøk. Nivå 3 er de mest sentrale kommunene: landsdelsentre eller kommuner med mindre enn 75 minutters kjøretid til et landsdels-senter (90 minutter til Oslo). Nivå 2 kommuner har mellom 15 000 og 50 000 innbyggere eller mindre enn 60 minutters kjøretid til en slik kommune, og nivå 1 inkluderer kommuner med mellom 5 000 og 15 000 innbyggere eller mindre enn 45 minutters kjøretid til en slik kommune. Nivå 0 inkluderer øvrige kommuner og representerer de mest perifere områdene.

Statistisk sentralbyrå mottar hver måned strekkode-data fra et utvalg butikker innen dagligvarehandelen (Rodriguez og Haraldsen, 2005). Strekkodedata er godt egnet for analyser av geografiske prisvariasjoner fordi hver vare er unikt identifisert med et varenummer, kalt EAN (European Article Number). For gitt EAN kan vi være sikker på at kvaliteten på varen er den samme ved alle utsalgssteder. Butikkene i utvalget rapporterer pris per enhet og omsetningsvolum for hver EAN.

I analysen inkluderes dummyvariabler for hver EAN. Det innebærer at kun prisvariasjon mellom identiske varer brukes til å estimere geografiske prisforskjeller. Det inkluderes også dummyvariabler for hver måned i hvert kalenderår for å kontrollere for prisendringer over tid.

Et viktig spørsmål er om to varer er likeverdige selv om de er identiske hvis de selges i butikker som tilhører forskjellige kjeder eller kategorier. Spiller det noen rolle hvor man handler? En årsak til at selve butikken kan ha betydning for forbrukerne er kompetansen til medarbeiderne. Dyktige medarbeidere kan gi råd og veiledning som gjør at forbrukeren velger en vare som er godt egnet for ham eller henne. En annen årsak er butikkens design. En oversiktlig og godt organisert butikk vil være

lettere og raskere å bruke for konsumentene enn en rotete og dårlig organisert butikk.

Strekkodedata gir ikke informasjon om kompetansen til medarbeiderne eller butikkdesign. Imidlertid vet vi hvilken kjede og butikkategori innenfor kjeden som butikken tilhører. Det er rimelig å anta at det er mindre variasjon i medarbeiderkvalitet og kanskje særlig design innenfor en kjede og/eller butikkategori enn mellom kjeder/kategorier. For å vurdere betydningen av disse faktorene for geografisk prisvariasjon inkluderes derfor suksessivt flere kontrollvariabler for kjede/kategori i analysen.

I analysen brukes alle prisobservasjoner fra 2012 og 2013. Til sammen foreligger i overkant av 11 millioner observasjoner for disse to årene. Butikkene som leverer data er fordelt på 124 kommuner, hvorav om lag halvparten, 59, kommuner er på sentralitetsnivå 3. Det er 25 kommuner på nivå 2, 12 kommuner på nivå 1 og 28 kommuner på det minst sentrale nivået, nivå 0. Fordelingen av prisobservasjoner er imidlertid skjevare enn fordelingen av kommuner siden sentrale kommuner har flere innbyggere og derfor flere butikkutsalg. 66.5 prosent av prisobservasjonene er fra butikker beliggende på nivå 3, 17.9 prosent er fra nivå 2, 3.8 prosent fra nivå 1 og 11.8 prosent fra nivå 0. Til sammen er 38 551 varetyper (forskjellige EAN) fordelt på 116 detaljerte konsumgrupper (coico6) representert i datamaterialet.

Butikkene inngår i de fire dominerende kjedene i dagligvarebransjen: Coop Norge, Rema, ICA Norge og Norgesgruppen. SSB deler butikkene inn i fire kategorier: kiosk, lavpris, nærmarked og supermarked (inkludert hypermarkedsbutikker). Rema er aktiv kun innenfor lavpris- (REMA 1000 og Bunnpris) og kiosksegmentet (Narvesen). ICA Norge er representert blant lavprisbutikker (RIMI), nærbutikker (ICA Nærmarked, Matkroken) og supermarkeder (ICA Supermarked, ICA 2.0). Coop Norge og Norgesgruppen er representert innenfor alle fire kategorier. Coop Extra og Prix regnes som lavprisbutikker, Coop Marked som nærbutikk og Mega, Obs og Smart som supermarkeder. Blant Norgesgruppens butikker regnes Kiwi som lavprisbutikk og Joker som nærbutikk. Spar, Meny, Centra

Tabell 1 **Antall observasjoner. Prosent av totalt antall observasjoner**

Kjede:	Coop Norge	Rema	ICA Norge	Norgesgruppen	Alle
Kiosk	1 233 (0.01 %)	30 937 (0.3 %)		5 802 (0.05 %)	37 972 (0.3 %)
Lavpris	740 833 (6.7 %)	2 420 194 (21.8 %)	424 272 (3.8 %)	1 415 626 (12.7 %)	5 000 925 (45.0 %)
Nærmarked	211 181 (1.9 %)		98 945 (0.9 %)	164 200 (1.5 %)	474 326 (4.3 %)
Supermarked	1 788 835 (16.1 %)		793 787 (7.1 %)	3 027 760 (27.2 %)	5 610 382 (50.4 %)
Alle kategorier	2 742 082 (24.7 %)	2 451 131 (22.0 %)	1 317 004 (11.8 %)	4 613 388 (41.5 %)	11 123 605 (100 %)

Kilde: Strekkodedata fra dagligvarebransjen.

og Ultra inkluderes blant supermarkedene. Tabell 1 presenterer fordelingen av prisobservasjoner på kjeder/butikkategorier.

Som første steg estimeres følgende regresjonsligning:

$$\text{Log}(P) = \beta_{\text{EAN}} + \beta_M + \beta_1 \text{Sentralitet}=1 + \beta_2 \text{Sentralitet}=2 + \beta_3 \text{Sentralitet}=3,$$

hvor P er prisen per enhet, β_{EAN} er dummy variabler for hver EAN, β_M er dummyvariabler for hver måned i hvert kalenderår, og Sentralitet = j, j = 1,3 er tre dummyvariabler for sentralitetsnivå 1-3. Dummyvariabelen for sentralitetsnivå 0 er utelatt. Siden vi bruker logaritmen til pris som avhengig variabel, betyr det at $\beta_1 - \beta_3$ kan tolkes som relativ prisforskjell mellom butikker i kommuner på nivå 0 og butikker i kommuner på de øvrige sentralitetsnivåene. Dummyvariabler for kjeder/kategorier er foreløpig ikke med; implisitt forutsettes da at forbrukeren er indifferent mht hvor en vare kjøpes.

For å gjøre resultatene mest mulig representative på landsbasis, vektet de 116 konsumgruppene med gruppenes andeler i nasjonalregnskapet. Innenfor gruppene vektet hver EAN med varens totale omsetningsverdi i datamaterialet. t-verdier er klustret på kommunenivå.

Av første kolonne i Tabell 2 ser vi at prisnivået er noe lavere i sentrale strøk. Sammenlignet med sentralitetsnivå 0, er prisnivået 1.3 prosent lavere på sentralitetsnivå 1 og 3 prosent lavere på sentralitetsnivåene 2 og 3.

Neste steg er å undersøke om disse prisforskjellene skyldes at dagligvarekjedene er ulikt fordelt mellom sentrale og mindre sentrale strøk. Det gjøres ved å inkludere dummyvariabler for dagligvarekjedene slik at kun prisvariasjon mellom butikker innenfor samme kjede brukes til å identifisere geografiske prisforskjeller. Av kolonne (2) i Tabell 2 ser vi at prisforskjellen mellom de to mest sentrale nivåene (2 og 3) og resten av landet øker noe. Det er altså ikke den geografiske fordelingen av dagligvarekjeder som gjør at sentrale strøk har litt rimeligere dagligvarer.

Til slutt undersøker vi om forskjellig fordeling av butikktyper innenfor hver dagligvarekjede kan forklare prisforskjellene. Dette gjøres ved å inkludere dummyvariabler for hver kombinasjon av kjede og butikkategori. Til sammen inkluderes 14 dummyvariabler: 4 hver for Coop Norge og Norgesgruppen, 3 for ICA Norge og 3 for Rema (jeg lager en egen kategori for Bunnpris siden kjeden formelt sett samarbeider med, men er ikke en del av REMA).

Av kolonne (3) ser vi at koeffisientene til nivå 2 og 3 blir nesten halvert. Når vi tar hensyn til både butikkategori og dagligvarekjede er forskjellen mellom nivåene 2 og 3 og resten av landet 1.5-2.0 prosent.

Tabell 2 Regresjonsresultater. 11 123 605 observasjoner. Vektet regresjonsanalyse. t-verdier klustret på kommunenivå

	(1)	(2)	(3)
Sentralitet = 0			
Sentralitet = 1	-0.0128 (-1.18)	-0.0031 (-0.29)	0.0013 (0.15)
Sentralitet = 2	-0.0306 (-1.95)	-0.0321 (-2.60)	-0.0169 (-1.56)
Sentralitet = 3	-0.0304 (-2.99)	-0.0313 (-3.52)	-0.0196 (-2.50)
Justert R ²	0.9515	0.9526	0.9538
Dummy variabler:			
Måneder	X	X	X
EAN-varer	X	X	X
Kjeder		X	
Kjeder x butikkategori			X

Kilde: Strekkodedata fra dagligvarebransjen.

De empiriske resultatene presentert i Tabell 2 tyder på at dagligvarer er noe rimeligere i sentrale strøk. Prisenivået i nivå 2 og nivå 3 kommuner er temmelig likt og om lag 3 prosent lavere enn i de mest perifere kommunene. Forskjellen på 3 prosent skyldes delvis at sammensetningen av butikker varierer geografisk. Sentrale strøk har en høyere andel butikker med generelt lavt prisnivå, og denne sammensetningseffekten kan forklare knapt halvparten av forskjellen mellom sentrale og perifere strøk.

Referanser

Handbury J, Weinstein D (2011) Good prices and availability in cities, NBER Working Paper No. 17067.

Moretti E (2013) Real wage inequality, American Economic Journal: Applied Economics 5, 65-103.

Roback J (1982) Wages, rents, and the quality of life, Journal of Political Economy 90, 1257-1278.

Rodriguez J, Haraldsen F (2005) Den nye matvareindeksen: Bruk av strekkodedata i konsumprisindeksen, Økonomiske analyser 4/2005, 42-49.

Statistisk sentralbyrå (2014) <https://www.ssb.no/priser-og-prisindekser/statistikker/kpi/maaned/2014-09-10?fane=om#content>

Innholdsfortegnelse for Økonomiske analyser (ØA) de siste 12 måneder

Innholdsfortegnelse for tidligere utgivelser av Økonomiske analyser kan fås ved henvendelse til Aud Walseth,

Statistisk sentralbyrå, telefon: 21 09 47 57, E-post: Aud.Walseth@ssb.no

Økonomiske analyser

ØA 5/2013:

Konjunkturtrendene, 3-32.

André K. Anundsen og Eilev S.

Jansen: Boligpris- og kredittvekst forsterker hverandre, 33-38.

Ragni Hege Kitterød og Marit

Rønsen: Hvem er de nye involverte fedrene? 39-46.

Orvika Rosnes og Ann Christin

Bøeng: Virkninger av EUs energi-effektiviseringsdirektiv for Norge, 47-52.

Tor Skoglund:

Fra jordbruk til tjenester, 53-55.

Ingunn Sagelvmo og Achraf

Bougroug: Reviderte nasjonalregnskapstall for 2011 og 2012: Unedret makrobilde, 56-58.

ØA 1/2014:

Økonomisk utsyn over året 2013, 3-90.

ØA 2/2014:

Helge Brunborg og

Marianne Tønnessen: Vil klimændringer gi økt innvandring? 3-8.

Helge Brunborg: Befolkningsutviklingen, 9-17.

Ragni Hege Kitterød, Jan Lyngstad,

Erik H. Nymoen og Kenneth

Aarskaug Wiik: Flere barn har delt bosted, 18-26.

Kerstin Ståhlbrand Solholm,

Jon Ivar Røstadsand, Trude Nygård

Evensen, Yngvar Holm,

Knut Sørensen og Steinar Todsén:

Nytt BNP. Hovedrevisjon av nasjonalregnskapet 2014, 27-32.

ØA 3/2014:

Konjunkturtrendene, 3-30.

Ådne Cappelen, Torbjørn Eika og

Joakim Blix Prestmo: Virkninger på norsk økonomi av et kraftig fall i oljeprisen, 31-41

ØA 4/2014:

Marianne Tønnessen, Astri Syse og

Kjersti Norgård Aase: Befolkningsframskrivinger 2014-2100: Hovedresultater, 30-36.

Kjersti Norgård Aase og Rannveig

Vittersø Kaldager: Befolkningsframskrivinger 2014-2100: Fruktbarhet 37-43.

Astri Syse og Dinh Q. Pham: Befolkningsframskrivinger 2014-2100:

Dødelighet og levealder, 44-50.

Marianne Tønnessen, Ådne Cappelen

og Terje Skjerpen: Befolkningsframskrivingene 2014-2100: Inn- og utvandring, 51-59.

Adrian Farner Rogne og Marianne

Tønnessen: Hvor godt treffer befolkningsframskrivingene for kommunene? 60-66.

Rannveig V. Kaldager: Framtidas

fruktbarhet: Færre barn eller eldre mødre? 67-71.

Economic Survey

Economic trends for the Norwegian economy is published electronically.

http://www.ssb.no/kt_en/

Contact:

Andreas Benedictow,

andreas.benedictow@ssb.no,

tel. +47 21 09 47 98