

Simen Sæterdal og Pia Skare Rønnevik

Konsumprisindeksen for Svalbard 2007 og 2008

Rapporter I denne serien publiseres statistiske analyser, metode- og modellbeskrivelser fra de enkelte forsknings- og statistikkområder. Også resultater av ulike enkeltundersøkelser publiseres her, oftest med utfyllende kommentarer og analyser.

© Statistisk sentralbyrå, mai 2009	Standardtegn i tabeller	Symbol
Ved bruk av materiale fra denne publikasjonen skal Statistisk sentralbyrå oppgis som kilde.	Tall kan ikke forekomme	.
	Oppgave mangler	..
	Oppgave mangler foreløpig	...
	Tall kan ikke offentliggjøres	:
	Null	-
ISBN 978-82-537-7589-0 Trykt versjon	Mindre enn 0,5 av den brukte enheten	0
ISBN 978-82-537-7590-6 Elektronisk versjon	Mindre enn 0,05 av den brukte enheten	0,0
ISSN 0806-2056	Foreløpig tall	*
Emne: 00.00.20/08.02.10	Brudd i den loddrette serien	—
Trykk: Statistisk sentralbyrå	Brudd i den vannrette serien	
	Desimaltegn	,

Sammendrag

Rapporten beskriver prisutviklingen i perioden oktober 2006 til oktober 2008 for varer og tjenester som konsumeres av husholdninger på Svalbard. Rapporten dokumenterer også det arbeidet som er gjort for å utarbeide konsumprisindeksen og redegjør videre for resultatene fra undersøkelsene i 2007 og 2008.

Konsumprisindeksen for Svalbard viser at konsumprisene samlet sett steg med 8,2 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008. Sterkest prisvekst har det vært for konsumgruppene "Transport", "Bolig, lys og brensel", "Hotell- og restaurant-tjenester" samt "Matvarer og alkoholfrie drikkevarer". Prisfall var det bare innen konsumgruppen "Post- og teletjenester", mens prisutviklingen for konsumgruppene "Utdanning", "Klær og skotøy" samt "Kultur og fritid" bidro til å dempe den generelle prisveksten. Til sammenligning steg konsumprisindeksen for fastlandet med 5,3 prosent i samme periode, og konsumprisindeksen justert for avgiftsendringer (KPI-JA) steg med 5,2 prosent.

Innhold

Sammendrag	3
1. Innledning	5
2. Opplegg og gjennomføring	6
2.1. Avgrensninger	6
2.2. Indeksberegninger.....	6
2.3. Klassifisering	7
2.4. Vektgrunnlag	7
2.5. Bedrifter.....	8
2.6. Vare- og tjenesteutvalg	8
2.7. Prisbegrepet.....	9
2.8. Prisinnsamling	9
2.9. Revisjon og kontroller.....	10
3. Feilkilder og usikkerhet i prismålingene	11
3.1. Feilkilder og usikkerhet.....	11
3.2. Frafall	11
3.3. Kvalitetsendringer.....	12
4. Antagelser/problemstillinger på konsumgruppenivå	13
5. Resultater	15
5.1. Konsumprisindeksen samlet	15
5.2. Resultater på konsumgruppenivå.....	16
Referanseliste	23
Vedlegg	
A. Tabeller	24
B. Representantvarekatalog	28
Figur- og tabellregister	45

1. Innledning

Svalbard har de siste 15-20 årene gått fra å være et tradisjonelt gruvesamfunn til å bli et moderne lokalsamfunn. En allsidig handels- og servicenæring har etter hvert vokst frem med stadig flere aktører og et økende tilbud av varer og tjenester. Med bakgrunn i den endrede samfunnsstrukturen og derav et økende behov for statistikk har Statistisk sentralbyrå siden 2003 utarbeidet en selvstendig konsumprisindeks for Svalbard. Formålet med statistikken er å skape et hjelpemiddel for blant annet lokale og sentrale myndigheter til å følge utviklingen på Svalbard på en tilfredsstillende måte. Konsumprisindeksen for Svalbard ble etablert høsten 2003, og belyser prisutviklingen på varer og tjenester konsumert av private husholdninger bosatt på Svalbard.

Konsumprisindeksen for Svalbard er bygd opp etter fastlandsmodellen. I hovedsak er det de samme grunnleggende prinsipper, metoder og klassifiseringer som ligger til grunn. Det er kun mindre metodiske forskjeller mellom de to konsumprisindeksene, noe som gir et godt grunnlag for sammenligning.

Denne rapporten dokumenterer undersøkelsen i 2007 og 2008 og redegjør for metoder, usikkerhet i datamaterialet og resultater fra undersøkelsen. Det er i rapporten også fokusert på forskjellene mellom konsumprisindeksen for Svalbard og fastlandsmodellen. For mer grunnleggende og omfattende konsumprisindeksteori og dokumentasjon, se konsumprisindeksen for fastlandet på Statistisk sentralbyrås nettsider <http://www.ssb.no/kpi/> og Norges offisielle statistikk (NOS) "Konsumprisindeksen 1995-2000".

Rapporten består av fem deler; Kapittel 2 gir en redegjørelse for opplegg og gjennomføring av undersøkelsen. Kapittel 3 omhandler mulige feilkilder og usikkerhet i datamaterialet. Videre gir kapittel 4 en sammenstilling av antagelser og problemstillinger på konsumgruppenivå. Kapittel 5 gjennomgår resultatene av undersøkelsen på totalindeksnivå og ned på konsumgruppenivå. Det blir også gjort en del sammenligninger med resultater fra konsumprisindeksen for fastlandet.

2. Opplegg og gjennomføring

2.1. Avgrensninger

Prisindeksen er basert på priser på varer og tjenester som konsumeres av den norske bosettingen på Svalbard. Forbruksundersøkelsene fra 2001 og 2007 viser at deler av Svalbard-husholdningenes forbruk er på varer og tjenester som kjøpes og konsumeres på fastlandet, slik som utgifter til egen bolig eid på fastlandet og til offentlige transportmidler brukt på fastlandet. Prisene på varer og tjenester knyttet til disse utgiftene utelukkes fra konsumprisindeksen. Derimot inkluderes kjøp av varer og tjenester på fastlandet dersom konsumet skjer på Svalbard.

Prisinnsamlingen på Svalbard er avgrenset til å kartlegge priser på varer og tjenester i Longyearbyen. Svalbard og Longyearbyen blir behandlet synonymt i denne undersøkelsen.

Det er ikke utarbeidet konsumprisindeks for ulike grupper av Svalbard-befolkningen. Statistisk sentralbyrå kartlegger prisutviklingen for en gjennomsnittlig Svalbard-husholdning.

2.2. Indeksberegninger

Konsumprisindeksen for Svalbard er bygd opp etter fastlandsmodellen. Det er kun mindre metodiske forskjeller noe som gir et best mulig sammenligningsgrunnlag. Beregningsmessig er prisindeksen for Svalbard noe mindre komplisert ettersom det ikke foretas noen stratifisering i ulike geografiske områder slik som i fastlandsmodellen.

Indeksene på mikronivå blir i all hovedsak beregnet ved å ta et uveid¹ geometrisk gjennomsnitt av prisobservasjonene i aktuell periode (for eksempel oktober 2008), sett i forhold til tilsvarende gjennomsnitt i prisreferanseperioden (for eksempel oktober 2007). På generell form kan formelen for geometrisk gjennomsnitt for vare *i* uttrykkes på følgende vis;

$$I_i^t = \prod \left(\frac{P_i^t}{P_i^0} \right)^{1/n}$$

hvor : P_i^t = pris på representantvare² *i*, periode *t* (oktober 2008)
 P_i^0 = pris på representantvare *i*, prisreferanseperiode 0 (oktober 2007)
n = antall prisobservasjoner for vare *i*

Det beregnes prisindekser for hver enkelt representantvare. Konsumprisindeksen for Svalbard i 2007-2008 består av omkring 600 prisindekser på representantvarenivå. Videre aggregering opp fra representantvarenivå til indekser på konsumgruppenivå og videre opp til totalindeks skjer etter Laspeyres³ prisindeksformel med forbruksandeler fra forbruksundersøkelsen på Svalbard 2007;

$$L_b^{0,t} = \sum_{i=1}^k w_i^b I_i^t$$

¹ På representantvarenivå mangler vi relevant vektinformasjon for å kunne vekte de ulike observasjonene mot hverandre.

² Representantvarer utgjør utvalget av varer og tjenester som danner grunnlaget for beregningene.

³ Mer korrekt er dette en Young prisindeks, med budsjettandeler som vektgrunnlag og vektreferanseperiode ulik prisreferanseperiode.

I_i^t = indeks for representantvare i, periode t (oktober 2008).
 k = antall varer og tjenester som inngår i konsumgruppe b
 w_i^b = forbruksandelen for representantvare i, vektpreferanseperioden b
 (2007)

og
$$w_i^b = p_i^b q_i^b / \sum p_i^b q_i^b$$

I konsumprisindeksen på fastlandet blir det beregnet korttidsindekser med juli som basis, som deretter kjedes til en langtidssindeks der 1998 settes lik 100. I konsumprisindeksen for Svalbard i 2008 blir det først beregnet korttidsindekser med oktober som basis som så kjedes til en langtidsserie med mars 2001 lik 100. Konsumprisindeksen uttrykkes på indeksform og som endringstall uttrykt i prosent.

2.3. Klassifisering

I konsumprisindeksen for Svalbard benyttes, i likhet med konsumprisindeksen for fastlandet, COICOP (Classification of Individual Consumption by Purpose) for gruppering og aggregering av datamaterialet. COICOP er en konsumklassifisering utarbeidet av FN der klassifiseringskriteriene er sluttformålet med konsumet. COICOP deler husholdningenes forbruk av varer og tjenester inn i følgende 12 hovedgrupper (2- sifret konsumgruppe);

COICOP	Konsumgruppe
01	Matvarer og alkoholfrie drikkevarer
02	Alkoholholdige drikkevarer og tobakk
03	Klær og skotøy
04	Bolig, lys og brensel
05	Møbler, husholdningsartikler og vedlikehold av innbo
06	Helsepleie
07	Transport
08	Post- og teletjenester
09	Kultur og fritid
10	Utdanning
11	Hotell- og restauranttjenester
12	Andre varer og tjenester

Disse 2- sifrede konsumgruppene blir igjen delt inn i undergrupper som betegnes 3-, 4- og 5- sifret COICOP. For eksempel består den 2- sifrede hovedgruppen "Klær og skotøy" av gruppene "Klær" og "Skotøy". "Klær" deles så videre ned til undergrupper hvor "Klesplagg" er en undergruppe, som igjen brytes ned til for eksempel "Herre; ytterplagg, fritid". "Herre; ytterplagg, fritid" inneholder en rekke representantvarer (varenivå) som f.eks. "Herre vinterfrakk, ull". Se for øvrig vedlegg B - representantvarekatalog.

2.4. Vektgrunnlag

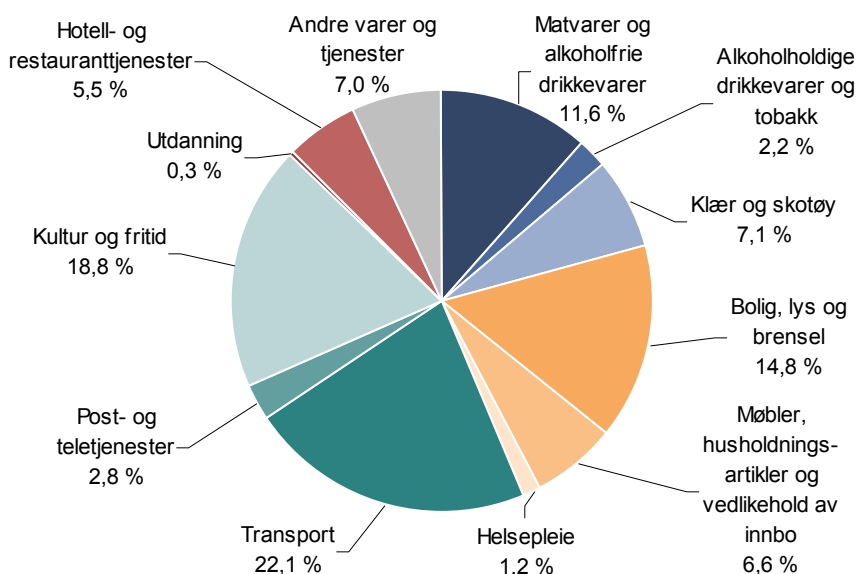
For å kunne etablere en konsumprisindeks er det i tillegg til prissett fra ulike perioder, nødvendig med vektandeler. Vektgrunnlaget i konsumprisindekser er normalt basert på forbruksundersøkelser. Formålet med forbruksundersøkelser er å gi en detaljert oversikt over private husholdningers forbruksutgifter. Det er Svalbard-husholdningenes forbruksutgifter som danner grunnlaget for forbruksandelene i konsumprisindeksen for Svalbard. Forbruksandelene bygger på resultatene fra Statistisk sentralbyrås forbruksundersøkelse på Svalbard fra februar til juni 2007. Vektgrunnlaget i konsumprisindeksen for Svalbard avviker noe fra vektgrunnlaget i konsumprisindeksen for fastlandet, ettersom vektene på fastlandet bygger på et gjennomsnitt av forbruksandeler fra de tre siste års forbruksundersøkelser for fastlandet. Det gjennomføres årlige forbruksundersøkelser på fastlandet og vektene revideres i august hvert år. I konsumprisindeksen for Svalbard var det i utgangspunktet planlagt å gjennomføre forbruksundersøkelser på Svalbard hvert femte år, og

dermed vil vektandelene i konsumprisindeksen for Svalbard bare kunne oppdateres hvert femte år.

Vektgrunnlaget i konsumprisindeksen 2008 er ikke det samme som ble benyttet i konsumprisindeksen for 2006. I tillegg til den nye forbruksundersøkelsen fra 2007, har det vært nødvendig å gjøre visse ekstra tilpasninger i vektsettet fra 2006 etter- som produktutvalget endres noe fra år til år. Disse endringene er kun gjennomført på representantvarenivå. Forbruksandelene på aggregerte nivåer er beholdt uendret fra forbruksundersøkelsen.

For mer informasjon om Forbruksundersøkelsen 2007, se Rapport 2008/08 (http://www.ssb.no/emner/00/00/20/rapp_200808/)

Figur 2.4. Forbruksvekter i konsumprisindeksen for Svalbard



2.5. Bedrifter

Konsumprisindekser er i stor grad basert på utvalgsprinsipper og det foretas trekninger av blant annet bedriftsutvalg. I konsumprisindeksen for fastlandet blir bedriftene, hvorfra det innhentes månedlige prisopplysninger, trukket etter statistiske metoder. Til tross for et økende antall bedrifter gjennom de siste årene er Svalbard et svært avgrenset område, noe som gjør det mulig å foreta en tilnærmet totaltelling blant bedriftene. Det vil si at det innhentes priser fra alle butikkene i Longyearbyen som tilbyr varer og tjenester rettet mot privat konsum. En totaltelling av butikker har den fordel at vi unngår eventuelle feilkilder som utvalgs- og registerfeil.

2.6. Vare- og tjenesteutvalg

For å kunne beregne en konsumprisindeks er det nødvendig med et vare- og tjenesteutvalg. Det er svært krevende å foreta en prisinnsamling på alle varer og tjenester som tilbys private husholdninger bosatt på Svalbard. Det må derfor foretas et utvalg av såkalte representantvarer som skal representere prisendringene for hele spekteret av varer og tjenester som private husholdninger konsumerer. Når man definerer en representantvare er det nødvendig med nøyaktige og detaljerte varebeskrivelser som kan sikre prisinnsamling av produkter med tilnærmet lik kvalitet. På en annen side kan ikke definisjonene være så detaljerte at det blir problemer å lage sammenhengende prisserier for de ulike representantvarene.

I konsumprisindeksen for Svalbard er det tatt utgangspunkt i det samme vare- og tjenesteutvalget som gjelder for konsumprisindeksen for fastlandet. Representantvarene er valgt ut på bakgrunn av informasjon fra forbruksundersøkelsen og annen

bransjeinformasjon. Det er enkelte unntak fra regelen om å benytte representantvarer, og det gjelder spesielt konsumområder hvor man kan benytte strekkodedata. Fra august 2005 ble prisutviklingen for matvarer og alkoholfrie drikkevarer som inngår i konsumprisindeksen på fastlandet lagt om til utelukkende å basere seg på strekkodedata. I utarbeidelsen av konsumprisindeksen for Svalbard for 2007 og 2008 er samme løsning med strekkodedata brukt for mat- og drikkevarer.

I konsumprisindeksen for Svalbard er det viktig at vare- og tjenesteutvalget som det innhentes priser på er representativt for Svalbard-befolkningen. Det er derfor nødvendig å gjennomføre flere tilpasninger av produktutvalget fra fastlandet for å tilpasse konsummønsteret på Svalbard. Utvalget har således blitt supplert med enkelte representantvarer som har stor betydning for en Svalbard-husholdning slik som blant annet snøscootere, scooterdress og våpen. På samme måte har det vært nødvendig å fjerne representantvarer som er ubetydelige eller opplagt ikke inngår i Svalbard-husholdningenes konsum på Svalbard som for eksempel passasjertransport med bane og båt, inngangsbilletter til idrettsstevner og teater, lønn til hjemmehjelp og parkometeravgift/bomvei.

Prisindeksen for Svalbard er i 2007-2008 basert på til sammen ca. 600 representantvarer. Størrelsen på vare- og tjenesteutvalget er klart mindre sammenlignet med utvalget for fastlandet. Dette skyldes både manglende prisobservasjoner i enten prisreferanseperioden eller i aktuell periode, og at visse representantvarer fra fastlandsprisindeksen er fjernet på grunn av liten representativitet for Svalbard.

2.7. Prisbegrepet

Prismaterialet i konsumprisindeksen for Svalbard og for fastlandet er faktiske utsalgspriser på varer og tjenester som etterspørres av husholdningene. I konsumprisindeksen for fastlandet inkluderer dette indirekte skatter, avgifter og subsidier som legges på varer og tjenester. I konsumprisindeksen for Svalbard betyr dette etter fastlandets målestokk såkalte nettopriser, som skyldes at Svalbard er et toll- og avgiftsfritt område. I likhet med prisindeksen for fastlandet registreres tilbudspriser.

2.8. Prisinnsamling

I konsumprisindeksen for Svalbard er det lagt opp til å følge prinsipper og framgangsmåter som benyttes i utarbeidelsen av konsumprisindeksen for fastlandet. Prisinnsamlingen er trolig det området som avviker mest fra gjeldende metoder i fastlandsmodellen. Prisinnsamlingen ble hovedsakelig gjennomført i periodene 7.-14. oktober 2007 og 20.-26. oktober 2008. I motsetning til konsumprisindeksen på fastlandet der datamaterialet i stor grad innhentes gjennom postale spørreskjemaer til bedriftene, blir det for konsumprisindeksen for Svalbard benyttet prisinnsamler og datainnsamlingen har i sin helhet blitt gjennomført av Statistisk sentralbyrås medarbeidere. Prisinnsamlingene i 2007 og 2008 har for det meste foregått uten problemer og vi har oppnådd tilnærmet fulltelling blant bedriftene. Prisinnsamlingen på tjenester er til stor del foretatt gjennom bruk av Internett, e-post og telefon. Prisene fra dagligvarehandelen og polet ble innhentet elektronisk i 2007 og 2008. Det elektroniske datamaterialet gjør det mulig å danne et mye bredere data-grunnlag, og er med på å redusere mulige feilkilder ettersom unike produktkoder i større grad sikrer sammenligning av produkter av lik kvalitet.

Prisreferansematerialet stammer fra konsumprisindeksen 2006 som i all hovedsak ble innhentet på Svalbard i perioden 10.-20. oktober 2006. Oktober antas å være en uproblematisk prisinnsamlingsmåned i og med at man faller utenom tradisjonelle turistsesonger som kan forårsake kunstige prisforhøyelser. Ved å fastholde oktober som prisinnsamlingsmåned unngår man i større grad sesongproblematikk, noe som særlig gjør seg gjeldende i prismålingene på klær. Oktober kan derimot skape sesongproblematikk når det gjelder frukt og grønnsaker.

2.9. Revisjon og kontroller

Datamaterialet blir nøye og systematisk kontrollert både før og etter beregning av prisindekser. I konsumprisindeksen for fastlandet er all revisjon automatisert på grunn av store datamengder. Det gjennomføres maskinelle kontroller av blant annet dataregistreringsfeil, dubletter og observasjoner med store endringer fra forrige måling. Ettersom vi står ovenfor en betraktelig mindre datamengde i prisindeksen for Svalbard er kontrollprosessen langt mer manuell. I fastlandsprisindeksen skjer kontrollene og revisjonen i løpet av en kort, intensiv periode etter at datafangsten er avsluttet. I prisindeksen for Svalbard skjer kontrollene i langt større grad samtidig med selve datainnsamlingen. Bruk av prisinnsamler gir den fordel at det mulig å stille tilleggsspørsmål og avklare eventuelle ekstremverdier under selve prisinnsamlingen.

I prisindeksen for Svalbard blir datamaterialet på mikronivå kontrollert for punche-feil og andre opplagte feil, ekstremverdier identifiseres, kontrolleres og enten godkjennes eller forkastes. Bedrifter blir kontaktet ved spesielt usikre prisendringer. Ferdige prisindekser blir gransket på representantvarenivå og videre opp på konsumgruppenivå. Prisendringene blir kontrollert mot endringsrater på fastlandet og mot annonserte prisendringer.

3. Feilkilder og usikkerhet i prismålingene

3.1. Feilkilder og usikkerhet

I statistiske undersøkelser vil det kunne forekomme ulike typer feil. Når vi observerer utvalg i stedet for totaltelling vil det alltid være knyttet en viss usikkerhet til statistikken. I likhet med konsumprisindeksen for fastlandet, står konsumprisindeksen for Svalbard ovenfor en rekke mulige feilkilder. I konsumprisindeksen for Svalbard tilkommer det også andre feilkilder, som ikke er like relevant for konsumprisindeksen på fastlandet. Svalbard er et lite område med et begrenset tilbud av varer og tjenester. Manglende prisobservasjoner i enten prisreferanseperiode eller aktuell periode er med på å redusere et allerede begrenset vare- og tjenesteutvalg, noe som fører til større usikkerhet i prismålingene i prisindeksen for Svalbard sammenlignet med fastlandsmålingene. I prisindeksen for Svalbard er prisindekser på representantvarenivå i flere tilfeller kun basert på en enkelt prisobservasjon. Den enkelte prisobservasjon får dermed større betydning i prisindeksen på Svalbard enn i fastlandsprisindeksen.

En viktig forutsetning for å kunne beregne en konsumprisindeks er at det er mulig å sammenligne prisene på de varer og tjenester som er innhentet i begge prisperiodene. En årlig konsumprisindeks i motsetning til en månedlig konsumprisindeks vanskeliggjør dette. Særlig vareutvalget kan til dels være utskiftet i løpet av denne perioden. Dermed står vi ovenfor problemer med å erstatte utgåtte varer og mulige kvalitetsendringer. Jo lengre perioden er mellom prismålingene, jo større usikkerhet får vi i resultatene.

Feil kan oppstå under prisinnsamling og under bearbeiding av datamaterialet. I konsumprisindeksen på fastlandet innebærer innsamlings- og bearbeidingsfeil ofte feil fra oppgavegiver og feil med skjemautfylling. I konsumprisindeksen for Svalbard benyttes prisinnsamler, og feil kan oppstå ved feilregistreringer og ved mangelfulle varebeskrivelser. Til tross for at materialet har gjennomgått ulike kontroller og analyser kan det likevel forekomme feil i datamaterialet.

Det er viktig for konsumprisindeksen for Svalbard å fange opp Svalbard-husholdningenes konsummønster. Eventuelle mangler i vare- og tjenesteutvalget kan gi opphav til skjevheter i prisindeksen. Internasjonale undersøkelser antyder at det er vare- og tjenesteutvalget i konsumprisindekser som kan være årsak til størst skjevhet.

3.2. Frafall

Totalt⁴ og partielt⁵ frafall er også en viktig kilde til usikkerhet i prismålingene. Det totale frafallet er svært lavt i prisindeksen for Svalbard. Bruk av prisinnsamler i stedet for postale spørreskjema kombinert med et svært avgrenset geografisk område gjør at alle bedriftene blir oppsøkt og prisopplysninger innhentet. Totalt frafall oppstår i prisindeksen for Svalbard i de tilfeller bedrifter har blitt nedlagt siden forrige undersøkelse eller er stengt i perioden for prisinnsamling. Av ulike grunner har det vært tilfeller der det har vært umulig å innhente prisopplysninger under selve prisinnsamlingen på Svalbard, men prisopplysninger fra disse bedriftene er senere forsøkt innhentet over telefon og e-post. Frafall av bedrifter i prisindeksen for Svalbard kan i verste tilfellet bety at produktområder står helt uten prisobservasjoner.

Partielt frafall oppstår ved at varer har gått ut av produksjon eller er utsolgte. Behandling av partielt frafall blir omhandlet under punkt 3.3 Kvalitetsendringer.

⁴ Frafall av bedrifter

⁵ Frafall av enkeltobservasjoner

I konsumprisindeksen for fastlandet imputeres⁶ priser maskinelt for totalt og partielt frafall. På grunn av få priser per vare imputeres ikke frafall i prisindeksen for Svalbard, med mindre det gjelder hele varegrupper.

3.3. Kvalitetsendringer

En annen mulig feilkilde i konsumprisindekser er utilfredstillende behandling av kvalitetsendringer. En viktig forutsetning i konsumprisindekser er å måle såkalte rene prisendringer, det vil si at prisendringer som er forårsaket av kvalitetsendringer ikke skal inngå. På fastlandet beregnes konsumprisindeksen månedlig mot årlig for Svalbard. Den relativt lange perioden mellom to prisinnsamlinger i prisindeksen for Svalbard resulterer i at prisinnsamler i større grad står ovenfor et vareutvalg som til dels er utskiftet - omsettes ikke lenger og skal erstattes av andre produkter, modeller og kvaliteter. Prisinnsamler må dermed erstatte utgåtte varer og med det står man ofte ovenfor kvalitetsproblemer. I fastlandsprisindeksen er det bedriftene selv som tar det endelige valg av erstatningsprodukt. I prisindeksen for Svalbard må prisinnsamler med hjelp av ekspertise i butikkene velge erstatningsprodukt av tilsvarende kvalitet. Dette kan i praksis være problematisk og i de tilfeller det ikke er mulig å finne et produkt av tilsvarende kvalitet utgår normalt disse fra prisindeksen. Ved kvalitetsendringer på fastlandet benyttes metoder for kvalitetsjusteringer. I prisindeksen for Svalbard skjer kvalitetsjusteringer i betydelig mindre grad.

Ved utforming av representantvarene legges noe av grunnlaget for kvalitetsarbeidet. For å gjennomføre gode prismålinger som skiller mellom pris- og kvalitetsendringer er det nødvendig med detaljerte varebeskrivelser. I de tilfeller disse er mangelfulle, kan vi ikke utelukke at det er kvalitetsendringer som ligger til grunn for registrerte prisendringer. Prisendringer som er et resultat av kvalitetsendringer vil få større konsekvenser i prisindeksen for Svalbard enn i fastlandsmodellen på grunn av at den enkelte prisobservasjon har større betydning.

⁶ Estimering av manglende observasjon (pris) på bakgrunn av endringsrater for innrapporterte priser

4. Antagelser/problemstillinger på konsumgruppenivå

Det har i konsumprisindeksen for Svalbard vært nødvendig å gjøre visse antagelser. Det har dukket opp forskjellige problemstillinger som har krevd andre løsninger enn gjeldende metoder i konsumprisindeksen for fastlandet. Nedenfor er det på konsumgruppenivå redegjort for de valg som er gjort og som er viktig å huske på når man tolker resultatene fra undersøkelsen.

Klær og skotøy

Forbruksundersøkelsene fra 2001 og 2007 viser at Svalbard-husholdningene handler mye på postordre og da særlig klær for bruk innendørs. Svalbard-husholdningene handler også klær når de er på fastlandet. Dette har vi tatt hensyn til i prismålingene ved å inkludere priser fra disse salgskanalene i tillegg til priser fra Svalbard-butikker. Vi har derimot mangelfull informasjon om hvordan konsummønsteret fordeler seg mellom disse ulike salgskanalene, men vi antar at de fordeler seg likt. Det er derfor forsøkt å inkludere priser fra alle kanaler på de fleste representantvarene, med unntak for typiske sportsklær som vi antar husholdningene i større grad kjøper på Svalbard.

Møbler, husholdningsartikler og vedlikehold av innbo

Vi har valgt å benytte konsumprisindeksmaterialet fra fastlandet for kjøp av møbler og større husholdningsapparater. Ettersom Svalbard er en toll- og avgiftsfri sone som innebærer fritak for merverdiavgifter og andre offentlige avgifter, er prismaterialet fratrukket merverdiavgift og tillagt fraktkostnader. Ettersom vi har valgt å legge fraktkostnader på strekning Tromsø - Longyearbyen til grunn hadde det trolig vært mer ideelt bare å bruke priser fra Nord-Norge i undersøkelsen. På grunn av mangelfullt prismateriale har det vært nødvendig å benytte hele konsumprisindeksmaterialet. Ved å benytte hele konsumprisindeksmaterialet antar vi at utviklingen i fraktkostnadene på strekningen Tromsø - Longyearbyen er representativ for utviklingen på landsbasis. Det er fraktkostnadene for sjøtransport som er benyttet.

Helsepleie

Vi har valgt å legge fastlandshusholdningenes konsummønster til grunn for ulike helsetjenester. Forbruksundersøkelsene 2001 og 2007 viser at Svalbard-husholdningene benytter helsetjenester i mindre grad enn fastlandsbefolkningen, men vi antar at når Svalbard-husholdningene benytter disse tjenestene kan konsummønsteret sammenlignes med fastlandshusholdninger.

Transport

På Svalbard kjøpes drivstoff inn i store kvantum som varer i lengre perioder. I motsetning til på fastlandet hvor man kan regulere bensinprisene daglig er importører til Svalbard nødt til å betale samme pris for hvert parti. Dette påvirker utsalgsprisen og den endres som regel ikke annet enn når nye partier blir kjøpt inn.

På grunn av manglende prismateriale i prisreferanse- og måleperioden har vi valgt å benytte konsumprisindeksmaterialet for fastlandet for kjøp av sykler, justert for merverdiavgift og tillagt fraktkostnader, i tillegg til enkelte faktiske observerte priser på Svalbard.

Post- og teletjenester

For teletjenester ble det ved etablering av vektgrunnlaget antatt at Svalbard-husholdningene har samme ringemønster som fastlandshusholdningene. Vektene i KPI for fastlandet blir oppdatert årlig, mens det i KPI for Svalbard ikke er foretatt endringer i vektgrunnlaget.

Kultur og fritid

Prisene på audiovisuelt utstyr innen konsumgruppen "*Kultur og fritid*" er delvis basert på konsumprisindeksmaterialet på fastlandet. Prisene er justert for merverdiavgift og fraktkostnader er tillagt. Grunnet delvis manglende prismateriale i prisreferanse-

perioden på båter og båtutstyr har vi i tillegg til prisinformasjon fra Svalbard valgt å benytte prisopplysninger fra fastlandet, og justere disse for avgifter og lagt til frakt-kostnader. På grunn av fritak for merverdiavgift på bøker er konsumprisindeksmaterialet fra fastlandet lagt til grunn for disse prismålingene.

Prismålingene på pakketurer er gjennomført ved å bruke prismålingene på fastlandet og legge til utgifter til flybilletter på strekningen Longyearbyen - Tromsø.

Utdanning

Det er et begrenset tilbud av utdanningstjenester på Svalbard. Denne indeksen er i hovedsak basert på diverse kursavgifter. I tillegg har vi valgt å inkludere semesteravgifter fra universitet på fastlandet i prisindeksen. Det betales ingen avgifter direkte til universitet på Svalbard (UNIS). Studenter betaler semesteravgift til det universitet de er tilknyttet på fastlandet.

Andre varer og tjenester

I konsumgruppen "*Andre varer og tjenester*" inngår blant annet forsikringspremier. Prisutviklingen for forsikringspremier er delvis basert på fastlandsundersøkelsen. For "*Finansielle tjenester*", herunder betalingsformidling, har vi på grunn av manglende opplysninger valgt å legge til grunn fastlandets konsummønster.

5. Resultater

Nedenfor redegjøres det for resultatene fra undersøkelsene gjennomført i 2007 og 2008. Konsumprisindeksen omtales på totalindeksnivå og ned på konsumgruppene. Resultatene nedenfor er også sammenlignet med tilsvarende prisutvikling for fastlandet. Vi har valgt i hovedsak å presentere og kommentere endringer fra oktober 2006 til oktober 2008, og kun i spesielle tilfeller inkludere endringstall fra oktober 2006 til oktober 2007. Ved sammenligninger av konsumprisindeksen for Svalbard og fastlandet er det viktig å merke seg at forskjeller i vare- og tjenestetvalg og forbruksandeler kan utgjøre viktige forklaringsfaktorer, se forøvrig tabell 3 i vedlegget for oversikt over forbruksandeler i konsumprisindeksen for Svalbard og for fastlandet.

5.1. Konsumprisindeksen samlet

Konsumprisindeksen for Svalbard var 114,5 i oktober 2008 (mars 2001 = 100). Konsumprisene steg med andre ord med 14,5 prosent fra mars 2001 til oktober 2008. Fra oktober 2006 til oktober 2008 steg konsumprisene med 8,2 prosent. På konsumgruppenivå bidro prisene innen "Transport" og "Bolig, lys og brensel" mest til å trekke opp den generelle konsumprisveksten. Prisene innen konsumgruppene "Matvarer og alkoholfrie drikkevarer" og "Hotell- og restauranttjenester" hadde også en prisoppgang klart over den gjennomsnittlige prisveksten. Prisnedgang var det bare innen konsumgruppen "Post- og teletjenester". Prisene innen gruppene "Utdanning", "Klær og skotøy" og "Kultur og fritid" bidro til å dempe den generelle prisveksten, med en vekst lavere enn totalen.

Tabell 5.1. Konsumprisindeksen etter COICOP. Prosentvis endring. Okt. 2006– okt. 2008

Konsumgruppe	Prosent
TOTALINDEKS	8,2
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	9,6
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk	5,7
Klær og skotøy	2,8
Bolig, lys og brensel	13,2
Møbler, husholdningsartikler mv.	6,3
Helsepleie	5,9
Transport	12,6
Post- og teletjenester	-2,0
Kultur og fritid	2,9
Utdanning	2,4
Hotell- og restauranttjenester	11,6
Andre varer og tjenester	6,5

Til sammenligning steg konsumprisindeksen for fastlandet med 5,3 prosent i samme periode. Konsumgruppen "Bolig, lys og brensel", som har en høy forbruksandel, bidro mest til å trekke opp konsumprisindeksen på fastlandet. Andre viktige bidragsyttere var gruppene "Transport" og "Matvarer og alkoholfrie drikkevarer". Lavere priser på "Klær og skotøy" var den viktigste dempende faktoren. Fastlandsprisindeksen justert for avgiftsendringer (KPI-JA) steg med 5,2 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008.

Tabell 5.2. Indekstall (mars 2001=100) og tolv månedersendring i prosent for Svalbard og fastlandet

	Indeks (mars 2001=100)		Endring i prosent	
	Svalbard	Fastlandet	Svalbard	Fastlandet
Oktober 2003	102,1	102,1	2,1	3,5
Oktober 2004	103,1	103,1	1,0	1,4
Oktober 2005	104,6	104,6	1,5	1,8
Oktober 2006	105,8	105,8	1,1	2,7
Oktober 2007	108,4	108,4	2,5	-0,2
Oktober 2008	114,5	114,5	5,6	5,5

[†] Endring i forhold til mars 2001

5.2. Resultater på konsumgruppenivå

Nedenfor analyseres prisutviklingen for de 12 konsumgruppene mer i detalj.

Matvarer og alkoholfrie drikkevarer

Prisene på "Matvarer og alkoholfrie drikkevarer" steg 9,6 prosent i perioden oktober 2006 til oktober 2008. Matvarer viste klart mindre prisoppgang enn alkoholfrie drikkevarer.

Matvareprisene steg samlet med 8,4 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008. Det var prisutviklingen på "Melk, ost og egg" som bidro mest til å trekke opp prisveksten på matvarer. Prisene på "Brød og kornprodukter" og "Kjøtt" var to andre viktige bidragsyttere. Med en prisøkning på 19,9 prosent var det prisene innen undergruppen "Oljer og fett" som viste størst oppgang i perioden, etterfulgt av "Melk, ost og egg" og "Sukker, syltetøy, sjokolade og andre sukkervarer" med prisoppganger på henholdsvis 19,2 og 13,1 prosent. Produkter i undergruppene "Brød og kornprodukter" og "Kjøtt" steg også mer enn den gjennomsnittlige prisveksten på matvarer fra oktober 2006 til oktober 2008.

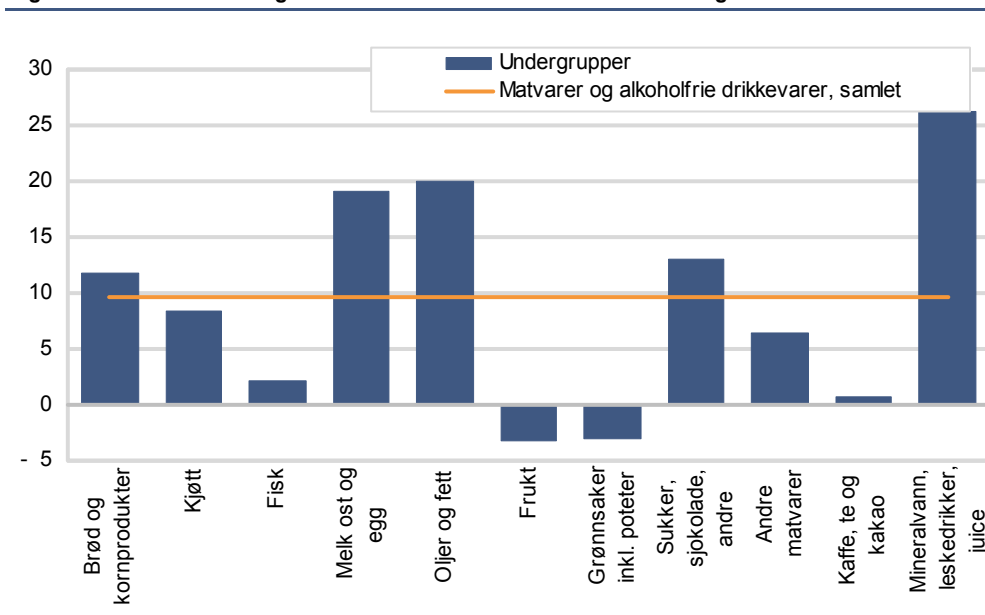
Prisene på alkoholfrie drikkevarer økte samlet sett med 19,9 prosent. Undergruppen "Mineralvann, leskedrikker og juice" steg mest i pris med en oppgang på 26,2 prosent, mens prisene på kaffe, te og kakao samlet steg med 0,7 prosent.

Det var bare to undergrupper som hadde en prisnedgang i perioden. Prisene på "Frukt" falt 3,2 prosent, mens prisene på "Grønnsaker" viste en nedgang på 3,0 prosent.

På Svalbard vil ikke endringer i matvareprisene knyttes til endringer i særavgiftene som f.eks. sjokolade- og sukkeravgift, derimot er prisutviklingen i fraktkostnader viktig. Flyfraktkostnadene viste fra 2006 til 2008 en oppgang på omtrent 33 prosent, særlig grunnet en stor økning i drivstofftillegget.

På fastlandet steg prisene innen hovedgruppen "Matvarer og alkoholfrie drikkevarer" samlet sett med 8,2 prosent. Også på fastlandet var "Oljer og fett" den undergruppen som steg mest i pris. Som på Svalbard viste prisene på "Brød og kornprodukter" og "Melk, ost og egg" en betydelig prisoppgang. En nedgang i prisene på "Frukt" bidro til å dempe prisveksten på "Matvarer og alkoholfrie drikkevarer". Justert for avgiftsendringer har prisene på "Matvarer og alkoholfrie drikkevarer" på fastlandet steget med 7,3 prosent i toårsperioden.

Figur 5.1. Matvarer og alkoholfrie drikkevarer. Prosentvis endring. Okt. 2006 - okt. 2008



Alkoholholdige drikkevarer og tobakk

Prisene på "Alkoholholdige drikkevarer og tobakk" viste samlet sett en oppgang på 5,7 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008. Oppgangen skyldtes prisøkninger på "Tobakk" på 12,4 prosent, og på "Alkoholholdige drikkevarer" på 3,3 prosent. Prisene økte på alle typer tobakk, men særlig mye på snus. I gruppen "Alkoholholdige drikker" økte prisene på brennevin og øl omtrent like mye, mens vinprisene steg noe mindre.

I motsetning til prisutviklingen på fastlandet der avgiftsendringer har stor innvirkning på prisutviklingen på disse produktene, må prisutviklingen på Svalbard i stedet knyttes opp mot endrede leverandørpriser og valutakursendringer, i tillegg til fraktkostnader. Nordpolet AS på Svalbard har større frihet til hyppigere endringer av sine priser sammenlignet med Vinmonopolet på fastlandet, som gjennomfører faste prisendringer i januar, mai og september hvert år.

Samlet steg prisene innen konsumgruppen "Alkoholholdige drikkevarer og tobakk" med 5,9 prosent på fastlandet. Fra oktober 2006 til oktober 2008 økte tobakksprisene mest, med 7,3 prosent, altså noe mindre enn på Svalbard, mens prisene på "Alkoholholdige drikkevarer" steg 5,1 prosent, der prisene på brennevin økte mest, etterfulgt av øl og vin. Justert for avgiftsendringer steg prisene på "Alkoholholdige drikkevarer og tobakk" samlet med 7,4 prosent på fastlandet.

Klær og skotøy

Forbruksundersøkelsene i 2001 og 2007 viser at Svalbard-husholdningene har større forbruksandeler på klær sammenlignet med fastlandshusholdninger. På Svalbard skaper polarklimaet med sterk kulde og frost behov for spesielle klær. Svalbard-husholdningene handler mye klær på postordre og særlig klær som brukes innendørs. Det handles i tillegg en del klær på fastlandet når man er på besøk og på ferier.

Samlet sett steg prisene på "Klær og skotøy" med 2,8 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008. Klesprisene gikk opp med 2,6 prosent mens prisene på skotøy steg 3,2 prosent.

Svalbard-husholdningene handler også mye klær på postordre, og en naturlig del av prisutviklingen på klær vil dermed være endringer i fraktkostnader. Fra oktober 2006 til oktober 2007 ble fraktkostnadene for postordresendinger noe endret, mens fra oktober 2007 til oktober 2008 er fraktkostnadene for alle postordrefirmaene endret minimalt.

På fastlandet falt prisene på "Klær og skotøy" med 10,1 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008. Klesprisene hadde med en nedgang på 12,0 prosent, motsatt prisutvikling av Svalbard, mens prisene på skotøy også på fastlandet har økt i toårsperioden.

Bolig, lys og brensel

På Svalbard utgjør private husholdningers utgifter til konsumgruppen "Bolig, lys og brensel" i underkant av 15 prosent av den totale forbruksutgiften. Samlet sett steg prisene på varer og tjenester innen konsumgruppen med 13,2 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008.

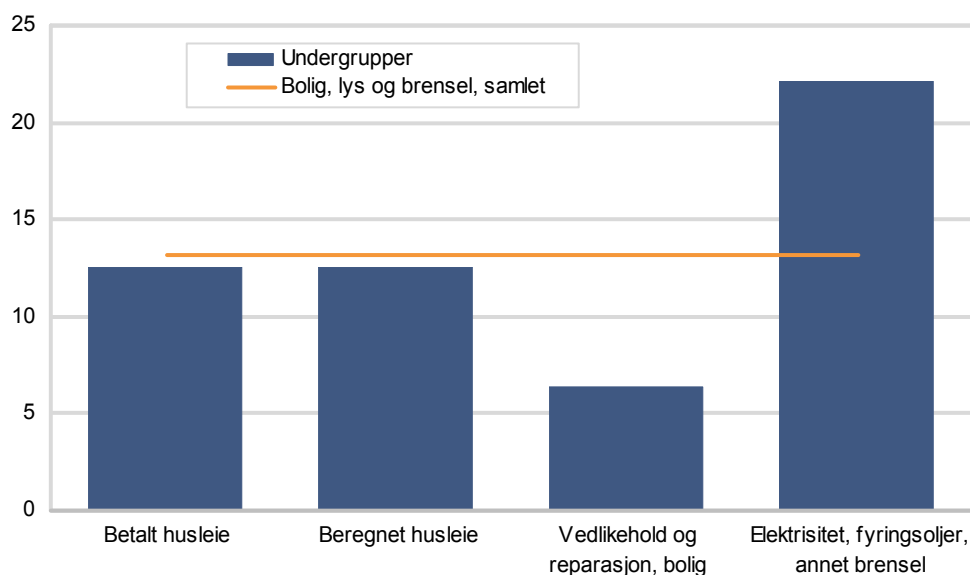
Husleikomponenten i konsumprisindeksen består av betalt og beregnet husleie. "Betalt husleie" viser prisutviklingen på leiemarkedet, mens "Beregnet husleie" er et mål på selveierens boligutgifter. Også selveierens boligutgifter beregnes med utgangspunkt i husleieutviklingen på leiemarkedet. Betalt og beregnet husleie økte med 12,6 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008. Boliger på Svalbard er fortsatt i hovedsak finansiert av arbeidsgiver, og stats- og andre offentlige ansatte har i lang tid nytt godt av frie eller sterkt reduserte boligutgifter.

Priser på produkter og tjenester for "Vedlikehold og reparasjon av bolig" steg samlet med 6,4 prosent. Tjenester knyttet til "Vedlikehold og reparasjon av bolig" viste en mye kraftigere prisvekst enn prisene på produktene knyttet til samme gruppe.

Samlet økte prisene på "Elektrisitet, fyringsolje og annen brensel" med 22,1 prosent. Tilnærmet all oppvarming av privatboliger skjer med fjernvarme på Svalbard og prisene på fjernvarme steg i måleperioden med drøye 23 prosent. For denne representantvaren kan dog noe av økningen skyldes beregningsmetoden som bruker fordelingen av "høy" og "lav" sats i vektgrunnlaget. Andelen som betaler "lav" sats har gått noe ned, og følgelig veier den høyeste satsen noe tyngre i totalen for denne perioden sammenliknet med forrige. Elektrisitetsprisene steg marginalt mindre enn fjernvarmeprisene, med en prisøkning på ca. 21 prosent. Den relativt kraftige økningen i fjernvarme og elektrisitetsprisene på Svalbard må sees i sammenheng med oppgraderingen av kraftverket i Longyearbyen, som har resultert i økte investeringsutgifter for lokalstyre, og dette kreves inn via prisene på disse tjenestene.

På fastlandet utgjør konsumgruppen "Bolig, lys og brensel" i overkant av ¼ del av det totale forbruket, altså betydelig mer enn på Svalbard. Prisene knyttet til konsumgruppen steg langt mindre på fastlandet enn på Svalbard med en oppgang samlet sett på 5,6 prosent. Lavere prisøkning på fastlandet kan i noen grad forklares med prisutviklingen på "Elektrisitet, fyringsoljer og annet brensel" som økte med 4,1 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008. Her var det dog en stor forskjell mellom perioden oktober 2006 til oktober 2007 da prisene falt med 32,3 prosent, og perioden oktober 2007 til oktober 2008, da prisene økte med 53,6 prosent. Prisutviklingen var altså helt annerledes enn på Svalbard der prisene steg i begge periodene. Betalt og beregnet husleie steg med henholdsvis 5,0 og 4,3 prosent, mens prisene på produkter og tjenester for "Vedlikehold og reparasjon av bolig" samlet økte med 10,2 prosent.

Figur 5.2. Bolig, lys og brensel. Prosentvis endring. Okt. 2006 - okt. 2008



Møbler, husholdningsartikler og vedlikehold av innbo

Samlet viste konsumgruppen "Møbler, husholdningsartikler og vedlikehold av innbo" en prisoppgang på 6,3 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008. Prisene på undergruppen "Møbler, tepper og reparasjoner" steg med 15,4 prosent, og bidro mest til å trekke prisveksten til konsumgruppen opp. Prisutviklingen på møbler er, som tidligere nevnt, basert på konsumprisindeksmaterialet for fastlandet justert for merverdiavgift og fraktkostnader. Tilsvarende steg møbel- og teppeprisene på

fastlandet samlet med 8,5 prosent. Prisforløpet for Svalbard-husholdningen må dermed hovedsakelig ses i sammenheng med økte fraktkostnader. Fraktkostnadene for sjøtransport i de ulike vektclassene opp til 60 kilo steg kraftig fra 2006 til 2008, med i overkant av 35 prosent. Flyfraktkostnadene viste en oppgang på omkring 33 prosent i samme periode.

De andre undergruppene steg mindre enn gjennomsnittet. Prisene på "Boligtekstiler" steg 5,5 prosent, og prisene på "Kjøkkenutstyr, glass, dekketøy mv." med 1,7 prosent. Priser på "Komfyrer, kjøleskap, vaskemaskiner og andre husholdningsapparater inkludert reparasjoner", som delvis har blitt beregnet på tilsvarende måte som møbler, viste i gjennomsnitt en oppgang på 0,9 prosent. Gruppene "Verktøy og utstyr for hus og hage" og "Varer og tjenester for rengjøring og ettersyn" viste prisfall på henholdsvis 14,8 og 7,2 prosent.

På fastlandet var prisutviklingen nesten identisk som på Svalbard. Prisene på varer og tjenester innen denne konsumgruppen gikk samlet opp med 6,4 prosent. Også her var det prisene knyttet til "Møbler, tepper og reparasjoner" som bidro mest til oppgangen, med en oppgang på 8,5 prosent. I motsetning til på Svalbard økte prisene innen gruppene "Verktøy og utstyr for hus og hage" og "Varer og tjenester for rengjøring og ettersyn i bolig". Den eneste undergruppen som viste en negativ prisutvikling på fastlandet var "Husholdningsapparater inkl. reparasjoner".

Helsepleie

Samlet steg prisene på varer og tjenester i konsumgruppen "Helsepleie" med 5,9 prosent i perioden oktober 2006 til oktober 2008. Prisene på helsetjenester og legemidler bidro omtrent like mye til oppgangen. Etersom helsetjenester i stor grad er finansiert av det offentlige, vil den direkte prisen Svalbard-befolkningen står overfor ved bruk av helsetjenester være egenandeler. Egenandelssatsene er de samme for Svalbard- som fastlandsbefolkningen. Svalbard-husholdningene får både sine legemidler fraktet fra fastlandet, og kan kjøpe dem direkte i Longyearbyen. Tidligere dekket det offentlige all frakt på reseptpliktige legemidler, men fra februar 2003 ble det statlige frakttilskuddet halvert og Svalbard-befolkningen ble, i motsetning til tidligere, belastet med fraktkostnader. Frakttillegget for pakker under 1 kilo er tilnærmet uendret fra 2006 til 2008.

Til sammenligning viste prisindeksen for "Helsepleie" på fastlandet akkurat samme oppgang på 5,9 prosent. I motsetning til prisutviklingen på Svalbard steg prisene på helsetjenester betydelig mer enn prisene på legemidler, helseartikler og briller mv. Denne gruppen har klart større forbruksandel på fastlandet enn på Svalbard.

Mindre utgifter til helsetjenester på Svalbard enn på fastlandet kan forklares med at befolkningen på Svalbard er yngre, har færre helseplager og derfor har mindre behov for å kontakte lege, se Kleven (2002) og <http://www.ssb.no/svalbard/fig01-bosatte.gif>.

Transport

Forbruksundersøkelsene 2001 og 2007 viser at utgifter til konsumgruppen "Transport" utgjør den største forbruksposten for Svalbard-befolkningen. Transport utgjør i underkant av ¼ del av den totale forbruksandelen. Denne konsumgruppen omfatter kjøp av egne transportmidler som biler, snøscootere og sykler, drift og vedlikehold av transportmidler samt transporttjenester. Varer og tjenester innen hovedgruppen "Transport" viste samlet sett en prisvekst på 12,6 prosent i perioden oktober 2006 til oktober 2008.

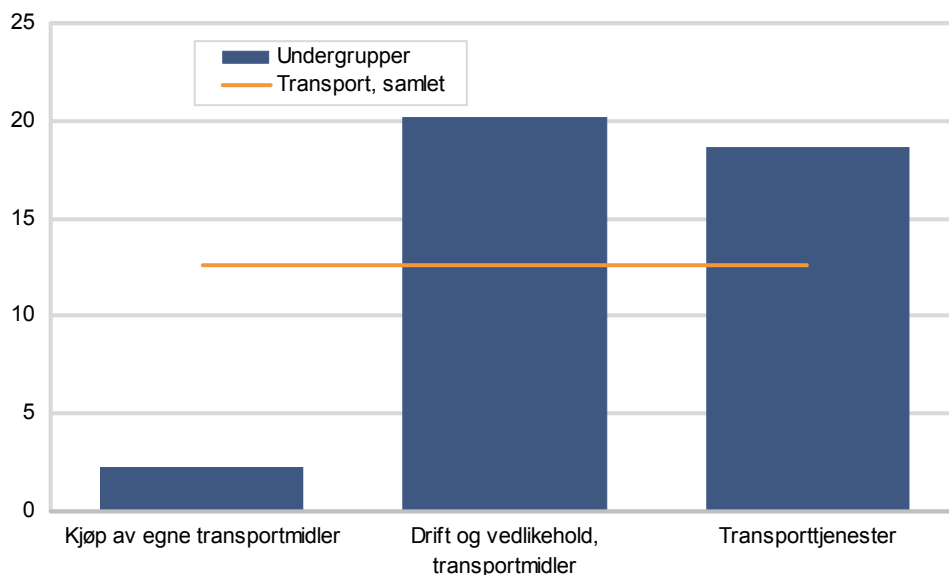
Gruppen "Transporttjenester" inneholder passasjertransport med fly og på vei. Samlet steg prisene på "Transporttjenester" med 18,6 prosent. Flyreiser viste en sterk prisoppgang gjennom hele toårsperioden, men steg betraktelig mer i perioden

oktober 2007 – oktober 2008 sammenlignet med perioden oktober 2006 – oktober 2007.

Gruppen "Kjøp av egne transportmidler" steg med 2,2 prosent. Det var prisutviklingen på snøscootere som bidro mest til oppgangen. Prisene på "Drift og vedlikehold av transportmidler" steg med 20,1 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008. Den sterke økningen skyldes prisoppganger på samtlige undergrupper, men det var prisutviklingen på "Drivstoff og smøremidler" og "Vedlikehold og reparasjon på verksted" som bidro mest.

På fastlandet steg prisene på varer og tjenester innen konsumgruppen "Transport" med 7,5 prosent. Sammenligner man prisutviklingen mellom de ulike undergruppene er bildet veldig likt som på Svalbard, forskjellen er bare at prisoppgangene er betraktelig lavere. Prisene knyttet til "Kjøp av egne transportmidler" viste en oppgang på 1,9 prosent, prisene knyttet til "Drift og vedlikehold av transportmidler" økte med 15,0 prosent og prisene på "Transporttjenester" økte med 10,9 prosent..

Figur 5.3. Transport. Prosentvis endring. Okt. 2006 - okt. 2008



Post- og teletjenester

Konsumgruppen "Post- og teletjenester" dekker teleutstyr, i tillegg til post- og teletjenester. Samlet sett falt prisene i konsumgruppen med 2,0 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008. Hovedårsaken var en prisnedgang på "Teletjenester" på 2,5 prosent. Endringstall publiseres ikke for "Posttjenester" og "Teleutstyr", men prisene på "Posttjenester" steg og prisene på "Teleutstyr" falt.

Prisene innen "Post- og teletjenester" viste i konsumprisindeksen på fastlandet ingen endring fra oktober 2006 til oktober 2008. Prisene på "Teletjenester" viste en prisnedgang på 3,9 prosent, og var noe sterkere enn på Svalbard. I motsetning til Svalbard viste både "Posttjenester" og "Teleutstyr" prisoppganger.

Kultur og fritid

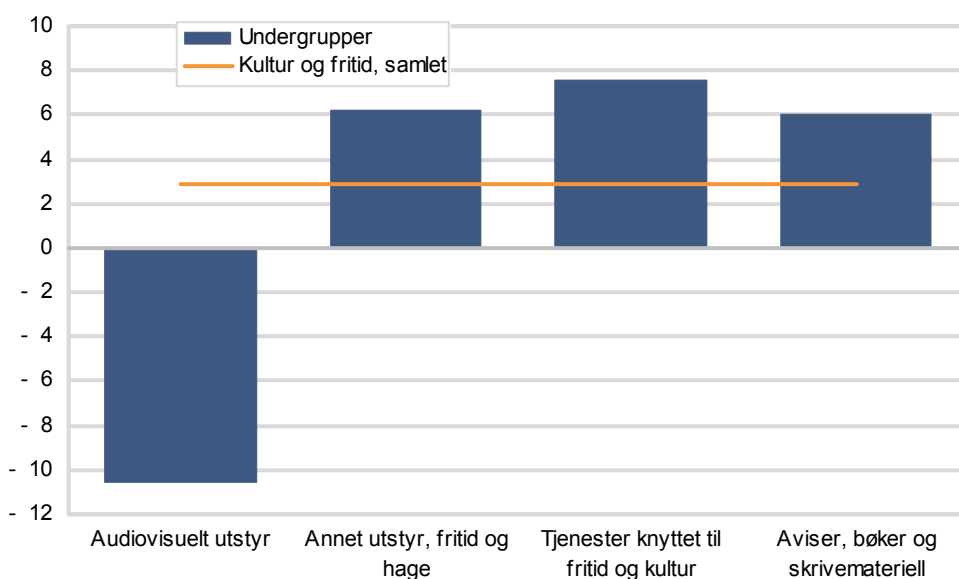
Konsumgruppen "Kultur og fritid" inneholder audiovisuelt utstyr, fotoutstyr, IT-utstyr, musikk, båter, utstyr til sport og utendørsaktiviteter deriblant våpen, blomster og hageartikler, kulturelle tjenester, bøker, aviser og skrivemateriell, samt feriereiser. Forbruksundersøkelsene 2001 og 2007 viser at Svalbard-husholdningene er mye involvert i kultur- og fritidsaktiviteter og forbruksandelen er på 18,8 prosent av den totale forbruksutgiften.

Konsumgruppen viste en samlet prisoppgang på 2,9 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008. Det som bidro mest var prisøkninger for de tre undergruppene "Tjenester knyttet til fritid og kultur", "Annet utstyr, fritid og hage" og "Aviser, bøker og skrivemateriell". Prisene på "Tjenester knyttet til fritid og kultur" økte med 7,5 prosent, "Annet utstyr til fritid og hage" steg med 6,2 prosent, mens prisene på "Aviser, bøker og skrivemateriell" økte med 6,0 prosent. Prisutviklingen på bøker er basert på konsumprisindeksmaterialet fra fastlandet.

I motsatt retning bidro undergruppen "Audiovisuelt utstyr", som viste en prisnedgang på 10,6 prosent. "Audiovisuelt utstyr" har i årevis hatt fallende priser som følge av rask produktutvikling og raske utskiftninger innen området. Prisene på "Audiovisuelt utstyr" er til dels basert på konsumprisindeksmaterialet fra fastlandet justert for merverdiavgift og tillagt fraktkostnader.

På fastlandet steg prisene på varer og tjenester innen "Kultur og fritid" med 3,2 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008, altså litt høyere sammenlignet med Svalbard. Gruppene som bidro til prisoppgangen på fastlandet er de samme som på Svalbard, men rekkefølgen på hvem som bidro mest er litt forandret. Prisene på "Aviser, bøker og skrivemateriell" økte med 11,0 prosent, "Tjenester knyttet til fritid og kultur" steg med 9,7 prosent, mens prisene på "Annet utstyr til fritid og hage" økte med 6,5 prosent. Som følge av rask produktutvikling falt prisene på audiovisuelt utstyr med 14,6 prosent på fastlandet, altså litt større nedgang sammenlignet med Svalbard.

Figur 5.4. Kultur og fritid. Prosentvis endring. Okt. 2006 - okt. 2008



Utdanning

I likhet med helsetjenester, blir utdanningstjenester hovedsakelig finansiert av det offentlige og denne konsumgruppen har en relativ liten vekt i forhold til de andre konsumgruppene. Prisutviklingen innen denne konsumgruppen måles hovedsakelig i form av diverse kursavgifter, men også semesteravgifter på universitet er inkludert. Prisene innen denne konsumgruppen steg samlet med 2,4 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008.

Ettersom det er et nokså begrenset tilbud av utdanningstjenester på Svalbard er prisindeksen ikke direkte sammenlignbar med tilsvarende indeks for fastlandet. På fastlandet steg utdanning med 6,1 prosent.

Hotell- og restauranttjenester

Prisene på konsumgruppen "Hotell- og restauranttjenester" steg med 11,6 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008. Begge undergruppene "Hotelltjenester" og "Restauranttjenester" viste omtrent samme prisoppgang, og steg med henholdsvis 12,0 og 11,6 prosent. Forbruksundersøkelsene fra 2001 og 2007 viser for øvrig at Svalbard-husholdningene har større forbruksutgifter til restaurantbesøk sammenlignet med fastlandshusholdningene.

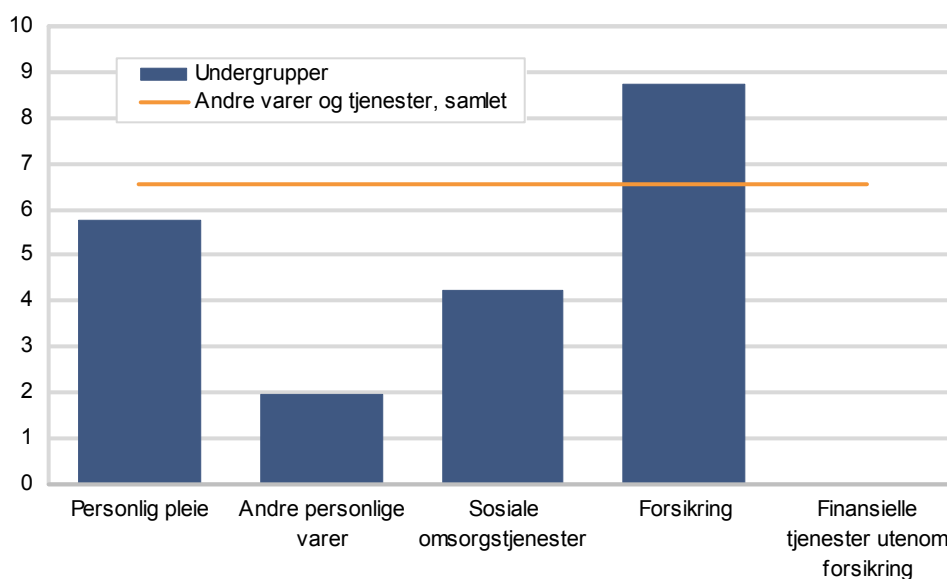
Til sammenligning viste "Hotell- og restauranttjenester" på fastlandet nesten samme prisoppgang som på Svalbard, og steg med 10,2 prosent. Også på fastlandet steg prisene på "Hotelltjenester" litt mer enn "Restauranttjenester", henholdsvis 11,1 mot 10,0 prosent.

Andre varer og tjenester

Denne konsumgruppen omfatter varer og tjenester innen personlig pleie, sosiale omsorgstjenester deriblant barnehager og skolefritidsordning (SFO), ulike personlige varer, forsikring i tillegg til finansielle tjenester. Samlet sett steg prisene innen konsumgruppen "Andre varer og tjenester" med 6,5 prosent fra oktober 2006 til oktober 2008. Med unntak av prisene på "Finansielle tjenester utenom forsikring" som lå flatt i perioden, viste de resterende undergruppene prisoppganger. "Forsikringer" bidro mest med en prisoppgang på 8,7 prosent, og økningen var klart størst i perioden oktober 2007 – oktober 2008.

På fastlandet viste konsumgruppen "Andre varer og tjenester" en samlet prisoppgang på 6,3 prosent, og viste dermed en litt mindre prisoppgang sammenlignet med Svalbard. Det var "Personlig pleie" og "Andre personlige varer" som bidro mest til prisoppgangen på fastlandet, og de steg med henholdsvis 8,4 og 7,5 prosent.

Figur 5.5. Andre varer og tjenester. Prosentvis endring. Okt. 2006 - okt. 2008



Referanseliste

Kleven.Ø.: Levekår i Longyearbyen. En sammenligning mellom Svalbard og fastlandet. Rapport 02/17, Statistisk sentralbyrå.

Mørk, E. Forbruksundersøkelse på Svalbard, Longyearbyen 2007. Rapport 2008/08

Norges offisielle statistikk (NOS) C680, Statistisk sentralbyrå:
Konsumprisindeksen 1995-2000.

Norges offisielle statistikk (NOS) D253, Statistisk sentralbyrå: Svalbardstatistikk 2003.

Størrud, A.E. mfl.: Pris, forbruk og inntekt. Økonomiske levekår på Svalbard sammenlignet med fastlandet i 1990 og 2000. Rapport 02/14, Statistisk sentralbyrå.

Johansen, Ingvild: Konsumprisindeks for Svalbard 2006. Rapporter 2007/05

Vedlegg A

Tabeller

Tabell A1. Indekstall for utvalgte konsumgrupper. COICOP. Mars 2001 = 100

	Okt. 2003	Okt. 2004	Okt. 2005	Okt. 2006	Okt. 2007	Okt. 2008
TOTALINDEKS	102,1	103,1	104,6	105,8	108,4	114,5
01 Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	102,5	104,2	108,1	112,9	113,5	123,7
011 Matvarer	103,0	104,3	108,1	113,1	112,1	122,6
0111 Brød og kornprodukter	97,4	98,3	99,0	102,5	103,7	114,5
0112 Kjøtt	104,9	110,4	120,2	122,2	116,5	132,5
0113 Fisk	100,2	104,1	107,3	117,6	115,7	120,1
0114 Melk, ost og egg	105,4	105,5	108,0	110,1	120,4	131,3
0115 Oljer og fett	98,4	104,0	109,2	110,3	108,6	132,2
0116 Frukt	107,6	110,7	101,3	115,5	108,6	111,7
0117 Grønnsaker inkl. poteter og andre rotvekster	102,1	94,3	102,0	110,5	99,2	107,3
0118 Sukker, syltetøy, sjokolade og andre sukkervarer	105,4	109,9	112,6	118,6	132,2	134,1
0119 Andre matvarer	97,4	91,8	99,7	103,6	101,2	110,3
012 Alkoholfrie drikkevarer	97,7	103,2	107,2	110,8	126,6	133,0
0121 Kaffe, te og kakao	92,3	98,7	109,0	112,1	108,4	113,0
0122 Mineralvann, leskedrikker og juice	99,5	104,7	106,5	110,2	132,2	139,1
02 Alkoholholdige drikkevarer og tobakk	98,7	103,6	103,1	104,3	108,3	110,2
021 Alkoholholdige drikkevarer	97,4	102,2	101,9	101,8	102,8	105,2
022 Tobakk	104,1	109,4	107,9	114,6	128,1	128,8
03 Klær og skotøy	89,8	86,0	84,7	82,7	83,6	85,0
031 Klær	88,9	86,2	85,1	83,2	84,2	85,4
032 Skotøy	95,7	83,7	81,5	78,9	79,3	81,4
04 Bolig, lys og brensel	107,5	109,6	113,9	116,1	121,6	131,4
041 Betalt husleie	107,5	108,7	112,5	113,6	118,5	127,8
042 Beregnet husleie	107,5	108,7	112,5	113,6	118,5	127,8
043 Vedlikehold og reparasjon av bolig	108,3	113,2	119,9	126,2	132,6	134,4
045 Elektrisitet, fyringsoljer og annet brensel	106,5	111,4	116,6	121,6	128,9	148,5
05 Møbler og husholdningsartikler mv.	101,7	101,7	102,8	104,7	106,6	111,3
051 Møbler, tepper og reparasjoner	104,4	104,1	102,9	106,5	112,7	122,9
052 Boligtekstiler	101,1	100,0	103,8	100,8	104,7	106,3
053 Husholdningsapparater inkl. reparasjon	94,6	95,7	97,5	98,8	98,8	99,7
054 Kjøkkenutstyr, glass, dekketøy mv.	:	107,5	108,9	115,7	116,5	117,7
055 Verktøy og utstyr for hus og hage	96,6	95,3	98,7	103,8	96,9	88,4
056 Varer og tjenester for rengjøring og ettersyn i bolig	99,7	101,3	104,6	101,3	93,5	94,0
06 Helsepleie	115,3	117,0	113,2	113,9	116,0	120,6
061 Legemidler, helseartikler, briller mv.	115,3	115,1	108,2	107,9	108,8	114,9
062 Helsetjenester utenom institusjon	115,1	122,1	127,2	131,5	135,1	138,3
07 Transport	101,8	103,5	105,0	107,3	110,0	120,8
071 Kjøp av egne transportmidler	103,0	104,9	105,7	106,9	107,3	109,4
072 Drift og vedlikehold av transportmidler	103,6	116,7	117,5	118,2	126,4	141,9
073 Transporttjenester	99,5	94,1	96,4	100,4	102,4	119,1
08 Post- og teletjenester	97,4	93,9	95,2	91,5	91,6	89,7
083 Teletjenester	100,3	97,7	97,9	93,6	93,6	91,3
09 Kultur og fritid	97,9	98,7	97,5	96,9	98,4	99,6
091 Audiovisuelt utstyr	84,9	79,0	73,4	68,1	64,0	60,9
093 Annet utstyr, fritid og hage	98,9	98,5	103,7	105,0	108,9	111,5
094 Tjenester knyttet til fritid og kultur	102,1	109,0	111,6	114,2	118,4	122,8
095 Aviser, bøker og skrivemateriell	109,2	111,6	113,5	116,7	121,4	123,7
10 Utdanning	128,2	134,2	136,7	143,0	146,4	146,4
11 Hotell- og restauranttjenester	104,1	106,1	109,4	112,0	120,2	125,0
111 Restauranttjenester	104,1	106,2	109,2	111,6	119,5	124,5
112 Hotelltjenester	104,7	104,8	114,8	121,8	134,1	136,4
12 Andre varer og tjenester	109,0	110,2	111,8	110,0	111,1	117,2
121 Personlig pleie	113,0	111,6	113,1	115,8	116,3	122,4
123 Andre personlige varer	104,1	100,3	102,4	105,8	107,3	107,9
124 Sosiale omsorgstjenester	93,8	96,0	96,0	85,2	87,9	88,8
125 Forsikring	115,1	118,6	120,6	120,2	121,0	130,7
126 Finansielle tjenester utenom forsikring	112,7	112,7	112,7

Tabell A2. Endring i prosent, utvalgte konsumgrupper. COICOP. Svalbard og fastlandet

	Oktober 2007-oktober 2008		Oktober 2006-oktober 2007		Mars 2001-oktober 2008	
	Svalbard	Fastlandet	Svalbard	Fastlandet	Svalbard	Fastlandet
TOTALINDEKS	5,6	5,5	2,5	-0,2	14,5	15,5
01 Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	9,0	5,7	0,5	2,4	23,7	11,7
011 Matvarer	9,4	6,2	-0,9	2,0	22,6	11,6
0111 Brød og kornprodukter	10,4	9,0	1,2	4,1	14,5	14,8
0112 Kjøtt	13,8	4,9	-4,7	2,9	32,5	6,8
0113 Fisk	3,8	7,8	-1,6	0,1	20,1	8,8
0114 Melk, ost og egg	9,0	7,2	9,4	6,5	31,3	21,9
0115 Oljer og fett	21,7	14,0	-1,5	4,2	32,2	34,5
0116 Frukt	2,9	1,7	-6,0	-5,2	11,7	-1,6
0117 Grønnsaker inkl. poteter og andre rotvekster	8,1	6,2	-10,2	-2,3	7,3	17,7
0118 Sukker, syltetøy, sjokolade og andre sukkervarer	8,8	4,1	3,9	0,5	34,1	8,4
0119 Andre matvarer	9,0	5,7	-2,3	2,5	10,3	3,6
012 Alkoholfrie drikkevarer	5,0	1,1	14,3	6,5	33,0	11,8
0121 Kaffe, te og kakao	4,2	-4,3	-3,3	8,8	13,0	-7,8
0122 Mineralvann, leskedrikker og juice	5,2	2,9	20,0	5,8	39,1	19,9
02 Alkoholholdige drikkevarer og tobakk	1,8	4,7	3,8	1,2	10,2	20,6
021 Alkoholholdige drikkevarer	2,3	4,9	1,0	0,2	5,2	4,4
022 Tobakk	0,5	4,4	11,8	2,8	28,8	44,9
03 Klær og skotøy	1,7	-4,4	1,1	-6,0	-15,0	-33,2
031 Klær	1,4	-5,3	1,2	-7,1	-14,6	-36,4
032 Skotøy	2,6	1,4	0,5	1,2	-18,6	-11,3
04 Bolig, lys og brensel	8,1	10,4	4,7	-4,3	31,4	34,7
041 Betalt husleie	7,9	3,3	4,3	1,7	27,8	23,3
042 Beregnet husleie	7,9	2,8	4,3	1,5	27,8	22,9
043 Vedlikehold og reparasjon av bolig	1,3	3,3	5,1	6,7	34,4	30,2
045 Elektrisitet, fyringsoljer og annet brensel	15,2	53,6	6,0	-32,3	48,5	80,1
05 Møbler og husholdningsartikler mv.	4,4	3,6	1,8	2,7	11,3	1,3
051 Møbler, tepper og reparasjoner	9,1	3,4	5,8	4,9	22,9	5,4
052 Boligtekstiler	1,5	1,2	3,9	4,1	6,3	-15,1
053 Husholdningsapparater inkl. reparasjon	0,9	0,0	0,0	-1,1	-0,3	-7,6
054 Kjøkkenutstyr, glass, dekketøy mv.	1,0	5,4	0,7	1,3	17,7	20,8
055 Verktøy og utstyr for hus og hage	-8,8	4,7	-6,6	2,0	-11,6	7,9
056 Varer og tjenester for rengjøring og ettersyn i bolig	0,5	6,1	-7,7	2,6	-6,0	-1,1
06 Helsepleie	4,0	3,0	1,8	2,8	20,6	28,2
061 Legemidler, helseartikler, briller mv.	5,6	1,4	0,8	1,6	14,9	4,6
062 Helsetjenester utenom institusjon	2,4	4,2	2,7	3,8	38,3	49,4
07 Transport	9,8	5,0	2,5	2,4	20,8	20,5
071 Kjøp av egne transportmidler	1,9	1,3	0,4	0,6	9,4	6,3
072 Drift og vedlikehold av transportmidler	12,3	10,1	6,9	4,4	41,9	39,0
073 Transporttjenester	16,3	6,8	2,0	3,8	19,1	27,4
08 Post- og teletjenester	-2,1	0,0	0,1	0,0	-10,3	-7,4
083 Teletjenester	-2,5	-3,5	0,0	-0,4	-8,7	-12,7
09 Kultur og fritid	1,3	2,7	1,5	0,5	-0,4	6,2
091 Audiovisuelt utstyr	-4,8	-9,9	-6,0	-5,2	-39,1	-45,4
093 Annet utstyr, fritid og hage	2,4	8,5	3,7	-1,9	11,5	14,4
094 Tjenester knyttet til fritid og kultur	3,7	5,8	3,7	3,7	22,8	41,3
095 Aviser, bøker og skrivemateriell	1,9	5,2	4,0	5,5	23,7	33,1
10 Utdanning	0,0	4,6	2,4	1,4	46,4	38,8
11 Hotell- og restauranttjenester	4,0	5,4	7,3	4,5	25,0	30,0
111 Restauranttjenester	4,2	5,7	7,1	4,1	24,5	29,5
112 Hotelltjenester	1,7	4,4	10,1	6,3	36,4	27,7
12 Andre varer og tjenester	5,5	4,2	1,0	2,0	17,2	15,9
121 Personlig pleie	5,3	4,4	0,4	3,9	22,4	26,8
123 Andre personlige varer	0,6	8,1	1,4	-0,6	7,9	8,8
124 Sosiale omsorgstjenester	1,0	1,1	3,2	2,8	-11,2	-18,6
125 Forsikring	8,0	4,6	0,7	0,7	30,7	30,0
126 Finansielle tjenester utenom forsikring	0,0	0,8	0,0	-0,8	12,7	..

Tabell A3. Konsumgrupper og forbruksvekter i konsumprisindeksen for Svalbard og for Fastlandet. Vektandel i prosent

	Svalbard ³	2007 Fastlandet ⁴	2008 Fastlandet ⁵
TOTALT	100	100	100
01 Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	11,6	11,4	11,2
011 Matvarer	10,4	10,3	10,1
0111 Brød og kornprodukter	1,6	1,6	1,5
0112 Kjøtt	2,2	2,4	2,4
0113 Fisk	0,6	0,7	0,7
0114 Melk, ost og egg	1,9	1,7	1,6
0115 Oljer og fett	0,2	0,2	0,2
0116 Frukt	1,1	0,9	0,9
0117 Grønnsaker inkl. poteter og andre rotvekster	1,2	1,1	1,1
0118 Sukker, syltetøy, sjokolade og andre sukkervarer	0,9	1,1	1,1
0119 Andre matvarer	0,7	0,6	0,6
012 Alkoholfrie drikkevarer	1,1	1,1	1,1
0121 Kaffe, te og kakao	0,3	0,3	0,3
0122 Mineralvann, leskedrikker og juice	0,9	0,8	0,8
02 Alkoholholdige drikkevarer og tobakk	2,2	2,8	2,7
021 Alkoholholdige drikkevarer	1,7	1,8	1,8
022 Tobakk	0,6	1,0	0,9
03 Klær og skotøy	7,1	5,8	5,9
031 Klær	6,2	5,0	5,1
032 Skotøy	0,9	0,8	0,9
04 Bolig, lys og brensel	14,8	28,1	29,5
041 Betalt husleie	7,0	2,8	2,5
042 Beregnet husleie	2,8	13,2	15,0
043 Vedlikehold og reparasjon av bolig	1,9	6,3	6,3
044 Andre tjenester knyttet til bolig	0,8	1,3	1,3
045 Elektrisitet, fyringsoljer og annet brensel	2,2	4,5	4,5
05 Møbler, husholdningsartikler og vedlikehold av innbo	6,6	6,3	6,3
051 Møbler, tepper og reparasjoner	3,3	2,3	2,2
052 Boligtekstiler	0,6	0,6	0,6
053 Husholdningsapparater inkl. reparasjon	1,1	1,0	1,1
054 Kjøkkenutstyr, glass, dekketøy mv.	0,3	0,5	0,5
055 Verktøy og utstyr for hus og hage	0,4	0,7	0,7
056 Varer og tjenester for rengjøring og ettersyn i bolig	1,0	1,3	1,2
06 Helsepleie	1,2	2,9	2,7
061 Legemidler, helseartikler, briller mv.	0,5	1,3	1,2
062 Helsetjenester utenom institusjon	0,7	1,7	1,6
07 Transport	22,1	18,0	17,9
071 Kjøp av egne transportmidler	8,6	9,5	9,4
072 Drift og vedlikehold av transportmidler	5,5	5,9	5,9
073 Transporttjenester	8,0	2,6	2,6
08 Post- og teletjenester¹	2,8	2,5	2,1
083 Teletjenester	2,6	2,2	1,8
09 Kultur og fritid²	18,8	12,2	12,0
091 Audiovisuelt utstyr	4,5	2,5	2,6
092 Andre varige konsumgoder knyttet til kultur og fritid	6,0	1,1	1,2
093 Annet utstyr, fritid og hage	3,2	2,1	2,0
094 Tjenester knyttet til fritid og kultur	2,3	2,8	2,7
095 Aviser, bøker og skrivemateriell	1,7	1,7	1,5
10 Utdanning	0,3	0,3	0,3
11 Hotell- og restauranttjenester	5,5	3,5	3,4
111 Restauranttjenester	5,1	3,0	3,0
112 Hotelltjenester	0,4	0,5	0,5
12 Andre varer og tjenester³	7,0	6,1	6,0
121 Personlig pleie	2,2	2,1	2,1
123 Andre personlige varer	0,5	0,6	0,6
124 Sosiale omsorgstjenester	1,0	1,1	1,1
125 Forsikring	3,1	1,9	1,8
126 Finansielle tjenester utenom forsikring	0,2	0,2	0,1

Grupper som ikke publiseres er (1) Posttjenester, teleutstyr (2) Feriereiser, pakketurer (3) Andre tjenester Vektene er avrundet.

(3) Svalbardvektene baseres på forbruksundersøkelsen 2007 på Svalbard

(4) Fastlandsvektene baseres på de 3 siste års forbruksundersøkelser og endres årlig. Fastlandsvektene er gjeldende vekter for perioden august 2007-juli 2008

(5) Fastlandsvektene baseres på de 3 siste års forbruksundersøkelser og endres årlig. Fastlandsvektene er gjeldende vekter for perioden august 2008-juli 2009

Tabell A4. Endring i prosent, utvalgte konsumgrupper. COICOP. Svalbard og Fastlandet i perioden 2006-2008

		Oktober 2006-oktober 2008	
		Svalbard ³	Fastlandet
	TOTALINDEKS	8,2	5,3
01	Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	9,6	8,2
011	Matvarer	8,4	8,3
0111	Brød og kornprodukter	11,7	13,5
0112	Kjøtt	8,4	7,9
0113	Fisk	2,1	7,9
0114	Melk, ost og egg	19,2	14,1
0115	Oljer og fett	19,9	18,7
0116	Frukt	-3,2	-3,6
0117	Grønnsaker inkl. poteter og andre rotvekster	-3,0	3,8
0118	Sukker, syltetøy, sjokolade og andre sukkervarer	13,1	4,7
0119	Andre matvarer	6,5	8,4
012	Alkoholfrie drikkevarer	19,9	7,6
0121	Kaffe, te og kakao	0,7	4,1
0122	Mineralvann, leskedrikker og juice	26,2	8,8
02	Alkoholholdige drikkevarer og tobakk	5,7	5,9
021	Alkoholholdige drikkevarer	3,3	5,1
022	Tobakk	12,4	7,3
03	Klær og skotøy	2,8	-10,1
031	Klær	2,6	-12,0
032	Skotøy	3,2	2,5
04	Bolig, lys og brensel	13,2	5,6
041	Betalt husleie	12,6	5,0
042	Beregnet husleie	12,6	4,3
043	Vedlikehold og reparasjon av bolig	6,4	10,2
045	Elektrisitet, fyringsoljer og annet brensel	22,1	4,1
05	Møbler og husholdningsartikler mv.	6,3	6,4
051	Møbler, tepper og reparasjoner	15,4	8,5
052	Boligtekstiler	5,5	5,3
053	Husholdningsapparater inkl. reparasjon	0,9	-1,1
054	Kjøkkenutstyr, glass, dekketøy mv.	1,7	6,7
055	Verktøy og utstyr for hus og hage	-14,8	6,7
056	Varer og tjenester for rengjøring og ettersyn i bolig	-7,2	8,8
06	Helsepleie	5,9	5,9
061	Legemidler, helseartikler, briller mv.	6,5	3,0
062	Helsetjenester utenom institusjon	5,2	8,1
07	Transport	12,6	7,5
071	Kjøp av egne transportmidler	2,2	1,9
072	Drift og vedlikehold av transportmidler	20,1	15,0
073	Transporttjenester	18,6	10,9
08	Post- og teletjenester	-2,0	0,0
083	Teletjenester	-2,5	-3,9
09	Kultur og fritid	2,9	3,2
091	Audiovisuelt utstyr	-10,6	-14,6
093	Annet utstyr, fritid og hage	6,2	6,5
094	Tjenester knyttet til fritid og kultur	7,5	9,7
095	Aviser, bøker og skrivemateriell	6,0	11,0
10	Utdanning	2,4	6,1
11	Hotell- og restauranttjenester	11,6	10,2
111	Restauranttjenester	11,6	10,0
112	Hotelltjenester	12,0	11,1
12	Andre varer og tjenester	6,5	6,3
121	Personlig pleie	5,8	8,4
123	Andre personlige varer	2,0	7,5
124	Sosiale omsorgstjenester	4,2	3,9
125	Forsikring	8,7	5,4
126	Finansielle tjenester utenom forsikring	-	-

Representantvarekatalog

Matvarer og alkoholfrie drikkevarer

Matvarer

Brød og kornprodukter

Mel, frokostblandinger og gryn

Mel
Ris og andre gryn
Frokostblandinger
Resten av mel, frokostblandinger og gryn

Brød

Brød
Baguetter og rundstykker

Pasta

Pasta
Nudler

Kaker

Boller
Wienerbrød
Tarter, pai
Muffin, brownies
Kremkaker
Tørre kaker
Vafler, pannekaker og smurte lefser
Kakemix
Andre kaker

Andre bakevarer

Flatbrød og knekkebrød
Pizza
Kjeks
Lomper og lefser
Hamburger- og pølsebrød
Tacos, fajitas og burritos

Kjøtt

Ferskt og frosset kjøtt og flesk

Storfe
Svin
Sau, lam, geit
Vilt
Fjørfe
Resten av ferskt og frosset kjøtt og flesk

Bearbeidet kjøtt og flesk

Posteier og pateer

Spekeskinke og spekepølse
Sideflesk og spek
Knoker, haler og kraftben
Bacon
Kjøttthermetikk
Pølser
Kjøttdeig, kjøttkaker og karbonadekaker
Pålegg, vakumpakket
Resten av bearbeidet kjøtt og flesk

Fisk

Fersk og frossen fisk

Torsk
Sei
Laks/ørret
Steinbit, sild og flyndre
Skalldyr
Resten av fersk og frossen fisk

Bearbeidet fisk

Saltet, tørket og røkt fisk
Fiskehermetikk
Farse av fisk og skalldyr
Fritert og patinert fisk
Resten av bearbeidet fisk

Melk, ost og egg

Melk, yoghurt og fløte

Melk
Yoghurt
Fløte
Rømme og kesam

Ost

Ost

Desserter og andre melkeprodukter

Desserter og andre melkeprodukter

Egg

Egg

Oljer og fett

Smør

Smør

Margarin og olje

Margarin
Olje

Frukt

Frisk frukt

Sitrus
Bananer
Epler
Pærer
Steinfrukt
Melon
Resten av frisk frukt

Bearbeidet frukt

Tørket frukt
Hermetisk frukt
Resten av bearbeidet frukt

Friske bær

Friske bær
Frosne bær

Nøtter, frø og kjerner

Nøtter, frø og kjerner

Grønnsaker, inkludert poteter og andre rotvekster

Friske grønnsaker

Poteter
Kål
Rotgrønnsaker
Tomater
Agurk
Salat
Fersk sopp
Resten av friske grønnsaker

Konserverte grønnsaker

Bønner, linser og erter
Potetprodukter
Konserverte maisprodukter
Konserverte tomater
Konservert sopp
Resten av konserverte grønnsaker

Sukker, syltetøy, sjokolade og andre sukkervarer

Sukker og søtningsmidler

Sukkerbiter og raffinade
Farin
Melis og kandisukker
Søtningsmidler

Syltetøy, marmelade og kompott

Syltetøy/marmelade
Kompotter/fruktgrøt
Resten av syltetøy, marmelade og kompott

Annet søtt pålegg

Honning
Sirup
Sjokoladepålegg
Resten av annet søtt pålegg

Iskrem

Iskrem

Sjokolade, konfekt, drops etc.

Kokesjokolade
Spisesjokolade
Konfekt
Drops/pastiller
Tyggegummi
Sjokoladeposer
Vingummi og seigmenn
Resten av sjokolade etc.

Andre matvarer

Saus, krydder og tilbehør

Sauser
Salt/krydder/urter
Balsamiko/eddik
Dressing og dip
Ketchup/sennep
Majones og remulade
Resten av saus etc.

Ferdige salater og middager

Ferdige salater
Ferdige middager
Ferdige smurte baguetter og rundstykker
Resten av ferdige middager etc.

Supper, gele og stuing

Supper
Gele
Stuing
Middagsbaser
Resten av supper etc.

Andre snacks

Div snacks

Barnemat

Barnemat
Morsmelkerstatning
Diettprodukter

Tilbehør baking

Tilbehør baking

Alkoholfrie drikkevarer

Kaffe, te og kakao

Kaffe
Te
Kakao
Resten av kaffe, te og kakao

Mineralvann, leskedrikker og juice**Mineralvann og brus**

Mineralvann
Brus og leskedrikker
Resten av mineralvann og brus

Saft og juice

Saft
Juice
Resten av saft og juice

Alkoholholdige drikkevarer og tobakk**Alkoholholdige drikkevarer****Brennevin**

Brennevin

Vin

Rødvin
Hvitvin
Rosevin, musserende viner
Hetvin

Øl

Pilsenerøl, flaske
Pilsnerøl, boks
Lettøl
Rusbrus

Tobakk

Sigaretter
Sigarillos
Tobakk
Snus
Sigarettpapir

Klær og skotøy**Klær****Klesplagg****Herre; skjorter, dresser, bukser, jakker, gensere**

Herre V-genser, ull

Herre mansjettskjorte, hvit
 Herre mansjettskjorte, ikke hvit
 Herre sports- og fritidsskjorte
 Herre dress (jakke og bukse), ull
 Herre dressjakke, bomull
 Herre bukse, bomull
 Herre skjorte, kortermet
 Herre bukse, jeans
 Hettejakke, herre

Dame; bluser, kjoler, skjørt, jakker, gensere

Topp, 100 % syntetiske fiber
 Dame jakke, strikket, ull
 Cardigan jakke
 Dame kjole, alm., enkel
 Dame skjørt, ull
 Dame skjortebluse, bomull
 Dame skjortebluse, bomull, lange ermer
 Dongeribukse (jeans)
 Dame langbukse, bomull
 Dame stretchbukse
 Dame genser, bomull
 Dame genser, acryl

Herre; ytterplagg, fritid

Herre vinterfrakk, ull
 Herre fjellanorakk
 Herre skinnjakke, nappaskinn
 Herre fritidsjakke
 Scooterdress

Dame; ytterplagg, fritid

Capribukse dame
 Lammeullsgenser
 Dame skinnjakke, nappa-skin
 Dame joggedress, bomull/syntetiske fibre
 Damekåpe, ull
 Dame stretchbukse, bomull/elastan
 Damejakke

Barne- og ungdomsklær

Strømpebukse for barn, bomull
 Sparkebukse
 Langbukse for barn, dongeri
 Barnebukse, plastbelagt tekstil
 Barnejakke, plastbelagt tekstil
 Babybody, bomull
 Parkdress, bevernylon
 Hettegenser, bomull
 T-skjorte med trykk
 Dynejakke

Voksne; undertøy, nattøy, t-shirts, sokker, strømper, longs

Raggsokker, ull
 Dame knestømper, nylon, 20 den.
 Tennissokker, frotte, bomull/syntetiske fibre
 T-shirt av bomull
 T-shirt av ull
 Herretruse, bomull

Dametruser, kunstige fibre (rayon)
BH
Dame nattkjole
Herre pyjamas
Herrelongs, ull
Dame strømpebukse, 20 den., nylon
Tennistrøye, korte ermer
Herre ankelsokker, ull

Annet

College genser, bomull
Regnjakke
Fleece jakke
Pologenser, bomull
Svømmedrakt, polamid/elastan
Treningsdrakt, 100 % polyester
Boksersshorts
Allværsjakke, Gore-Tex
Allværsbukse, Gore-Tex

Andre klesplagg, tilbehør til klær

Hatter, luer og hansker

Damehansker, skinn, ullfor
Lue, strikket, bomull/ull
Vanter, strikket, ull
Votter
Slips
Herre skinnbelte
Sjal

Garn og sytråd

Ullgarn
Trådsnelle, syntetisk tråd

Rensing, vask, reparasjon og leie av klær

Diverse reparasjonstjenester
Vask av snøscooterdress

Skotøy

Sko og annet fottøy

Herre dagligsko (snøre)
Herre moccasin
Dame pumps
Gummistøvler
Herre skoletter
Joggesko
Barnestøvletter, "Cherrox"
Barnesko
Lange skinnstøvletter
Hvit ullsåle
Herresko, Gore-Tex

Bolig, lys og brensel

Betalt husleie

Betalt husleie, bolig

Betalt husleie, bolig

Beregnet husleie**Beregnet husleie, bolig**

Beregnet husleie, bolig

Vedlikehold og reparasjon av bolig**Produkter til vedlikehold og reparasjon av bolig**

Maling
Gulvlakk
Dekkbeis
Faspanel
Sement
Kombinasjonsklosett
Elektrisk ledning
Varmtvannsbereider
Vindu m/ isolerglass
Sponplater
Peisovn

Tjenester for vedlikehold og reparasjon av bolig

Lønnskostnad, maler
Lønnskostnad, tømrer
Lønnskostnad, snekker
Lønnskostnad, elektromontør
Lønnskostnad, rørlegger

Andre tjenester knyttet til bolig

Kommunale gebyrer knyttet til egen bolig

Elektrisitet, fyringsoljer og brensel**Elektrisitet**

Elektrisitet

Flytende brensel**Fjernvarme**

Fjernvarme

Møbler og husholdningsartikler mv.**Møbler, tepper og reparasjoner****Møbler, innrednings- og dekorasjonsartikler****Møbler**

Ungdomssofa
Barneseng, sprinkelseng
Salongbord
Kommode med 4 skuffer
Skap
Spisebord
Leksepult for barn m/skuffeseksjon
Spisestuestol
Kjøkkenstol
Hvilestol
Madrass med enkelt fjærinnelegg
Treseters sofa

Lamper og lampetter

Bordlamper
Vegglampe
Gulvlampe

Tepper og annet gulvbelegg

Gulvtepper, ull

Boligtekstiler

Stretchlaken
Sengesett, dynetrekk og putevar
Frottehåndkler
Pledd, ull
Glasshånkle
Kjøkkengardiner
Sateng
Helårsdyne

Komfyrer, kjøleskap, vaskemaskiner, andre husholdningsapp. inkl. reparasjoner

Større husholdningsapparater

Komfyrer og andre koke- og varmeapparater

Mikrobølgeovn
Komfyrer

Støvsugere

Støvsugere

Vaskemaskiner og oppvaskmaskiner

Vaskemaskiner
Oppvaskmaskin

Kjøleskap og fryseskap

Kjøleskap
Hjemmefrysere
Kombinert kjøle- og fryseskap

Annet

Vifteovn

Mindre elektriske husholdningsapparater

Strykejern, med termostat
Kjøkkenmaskin
Mixmaster
Kaffetrakter
Vannkoker

Reparasjon av husholdningsapparater

Lønnskostnad, elektromontør

Kjøkkenutstyr, glass, dekketøy mv.**Porselen, stentøy, glass og spisebestikk**

Tallerken
Kaffekopper
Kjøkkenglass
Ildfast form
Spiseskjeer
Rødvinsglass
Bordkniver

Kokekar mv.

Stekepanne
Kasserolle

Annet kjøkkenutstyr

Bøtter av plast
Øse
Kjøkkenkniv

Verktøy og utstyr for hus og hage**Større verktøy****Mindre verktøy og diverse tilbehør****Mindre verktøy**

Øks med skaft
Hammer
Håndsag

Andre jern og metallvarer**Lyspærer mv.**

Lyspærer
Sparepærer
Halogenpærer
Batterier

Varer og tjenester for rengjøring og ettersyn i bolig

Rengjøringsmidler, andre husholdningsartikler**Vaske og pussemidler**

Grønnsåpe
Vaskepulver
Flytende vaskemiddel
Vindusvaskemiddel
Skurekrem
Maskinoppvaskpulver
Skokrem
Husholdningsåpe
Oppvaskmiddel
Flekkfjerner
Kobber- og messingpuss
Stålull m/såpe
White spirit
Tøymykner

Andre varer

Skureklut
Stearinlys
Fyrstikker
Matpapir

Lønnet husarbeid**Helsepleie****Legemidler, helseartikler, briller mv.****Legemidler**

Vitaminer
Ikke reseptbelagte legemidler
Reseptbelagte legemidler

Andre helseartikler

Plaster
Graviditetstest

Briller mv.

Brilleinnfatning
Brilleglass
Kontaktlinser

Helsetjenester utenom institusjon**Legetjenester utenom institusjon**

Legekonsultasjon

Tannlegetjenester utenom institusjon

Tannlegetjenester

Paramedisinske tjenester utenom institusjon

Fysikalsk behandling

Transport**Kjøp av egne transportmidler****Biler**

Personbiler

Snøscootere

Snøscootere

Sykler

Sykler

Drift og vedlikehold av transportmidler**Reservedeler og tilbehør**

Radialdekk
Tennplugg
Poleringsvoks til bil
Frostvæske, plastflaske

Drivstoff og smøremidler

Motorolje
Bilbensin
Autodiesel

Vedlikehold og reparasjon på verksted

Støtfangere til personbil
Eksosanlegg personbil
Avbalansering av dekk
Utvendig vask av personbil med såpe
Timepris på bilverksteder, personbilreparasjon

Annet, privat bruk transportmidler

Snøscooteropplæring

Transporttjenester**Passasjertransport på vei****Passasjertransport med buss**

Flybuss

Passasjertransport med drosje

Drosjetakster

Passasjertransport med fly

Flytakster

Post- og teletjenester

Posttjenester

Porto, pakke
Porto, vanlig brev og postkort, innenlands
Porto, postgiro

Teleutstyr

Mobiltelefoner
Batteri til mobiltelefon
Digital trådløs telefon

Teletjenester

Avgift for telefonsamtale, innenlands
Avgift for telefonsamtale, utenlands
Installasjonsgebyr, telefon
Grunnavgift (abonnementsavgift)
Takster, mobiltelefon
Internettabonnement

Kultur og fritid

Audiovisuelt utstyr

Audiovisuelt utstyr

Mikroanlegg
LCD TV 32"
Stereo reiseradio
Radio
DVD spiller

Fotoutstyr, kikkerter mv.

USB minnepinne
Digitalt kamera
Digitalt videokamera
Kikkert

IT-utstyr

PC'er
Fargeskriver
Lommekalkulator

Film, CD, kassetter o.l.

Compact Disc (CD)
CDR plater, uinnspilt
DVD plater for opptak

Reparasjon audiovisuelt utstyr, foto, IT- utstyr

Lønnskostnad, elektromontør

Andre varige konsumgoder knyttet til kultur og fritid**Båter og båtutstyr**

Båtmotorer
Båter

Annet utstyr, fritid og hage**Spill, leker og hobby**

Diverse spill, leker og hobbyartikler

Utstyr til sport og utendørsaktiviteter

Herre skistøvler
Ski
Rottefella skibinding
Sovepose
Våpen

Blomster og hage

Blomstergjødning, flaske
Blomsterjord, pose
Diverse blomster og planter

Kjæledyr

Hundemat

Tjenester knyttet til kultur og fritid**Sport- og fritidstjenester**

Årsavgift for fri trening i treningsrom
Årskort, svømmehall
Dansekurs

Kulturelle tjenester, underholdning

Kinobilletter
Galleribesøk
Festival

Leie av videofilm- og utstyr**Kabel -TV og TV-lisens**

TV-lisens
Kabel-TV abonnement

Fremkalling og kopiering av film

Kopiering av fargebilde
Framkalling av digitale bilder

Aviser, bøker og skrivemateriell**Bøker**

Rettskrivingsordbok
Leksikon
Ordbøker
Ungdomsbøker
Roman

Aviser og tidsskrifter

Løssalg og abonnement på aviser
Ukeblader

Skrivemateriell

Forretningskonvolutt
Skriveblokk, A-4
Kulepenn

Feriereiser, pakketurer

Selskapsreiser til forskjellige land

Utdanning

Kursavgifter
Semesteravgifter ved universitet

Hotell- og restauranttjenester

Restauranttjenester

Restauranttjenester

Varm pølse m/lompe
Lakserett med tilbehør
Torskerett med tilbehør
Dagens middagsrett
Oksefilet (biff) med tilbehør
Reinsdyrfilet med tilbehør
Dessert
Den mest solgte pizzarett
Pizza med biffkjøtt og champignon
Smørbrød
Kaffe, kopp
Pils på restaurant
Mineralvann på restaurant
Kaffe, kanne
Hamburger med ost
Pommes frites
Drinker
Glass rødvin

Kantiner

Baguetter
Smørbrød
Salater

Hotelltjenester

Enkeltrom m/bad og frokost, pr. person, pr. døgn, helg og hverdag
Dobbeltrum m/bad og frokost, pr. person, pr. døgn, helg og hverdag

Familierom m/bad og frokost, weekendopphold, 2 voksne, 2 barn

Andre varer og tjenester

Personlig pleie

Hårpleie og skjønnhetspleie

Hårklipp, herre
Hårklipp, dame
Permanent
Farge/stripping
Hudpleietjenester

Elektriske apparater til personlig pleie

Barbermaskin
Elektrisk tannbørste
Hårføner
Digital baderomsvekt

Toalettartikler

Kosmetikk, hår- og hudpleiemidler

Barberskum
Barbervann
Hårgele
Balsam
Hudkrem
Pudder
Neglelakk
Leppestift
Deodorant
Shampo
Hårspray
Hårfarge
After shave
Eau de Cologne
Dagkrem
Håndkrem
Hårvox
Maskara

Toalettsåpe, tannkrem mv.

Flytende såper
Toalettsåper
Tannkremer

Andre toalettartikler

Babybleier
Sanitetsbind
Toalettappir
Tannbørste
Barberblad

Andre personlige varer

Smykker og ur

Halskjeder gull og sølv
Vekkerklokker
Herre armbåndsur
Smykkeanheng, gull

Andre personlige effekter

Ryggsekker
Barnevogn, liggevogn
Koffert

Sosiale omsorgstjenester

Skolefritidsordning
Barnehagetakster

Forsikring

Bolig- og innboforsikring

Forsikring av bolig

Bilforsikring, inkl. reiseforsikring

Bilforsikring

Finansielle tjenester utenom forsikring

Finansielle tjenester ellers

Tjenester fra finansinstitusjoner

Andre tjenester

Andre tjenester

Figur- og tabellregister

Figurregister

2. Opplegg og gjennomføring

2.4.	Forbruksvekter i konsumprisindeksen for Svalbard.....	8
------	---	---

5. Resultater

5.1.	Matvarer og alkoholfrie drikkevarer. Prosentvis endring. Okt. 2006 - okt. 2008	16
5.2.	Bolig, lys og brensel. Prosentvis endring. Okt. 2006 - okt. 2008	18
5.3.	Transport. Prosentvis endring. Okt. 2006 - okt. 2008	20
5.4.	Kultur og fritid. Prosentvis endring. Okt. 2006 - okt. 2008	21
5.5.	Andre varer og tjenester. Prosentvis endring. Okt. 2006 - okt. 2008	22

Tabellregister

5. Resultater

5.1.	Konsumprisindeksen etter COICOP. Prosentvis endring. Okt. 2006– okt. 2008	15
5.2.	Indekstall (mars 2001=100) og tolv månedersendring i prosent for Svalbard og fastlandet.....	15

Vedlegg

A1.	Indekstall for utvalgte konsumgrupper. COICOP. Mars 2001 = 100.....	24
A2.	Endring i prosent, utvalgte konsumgrupper. COICOP. Svalbard og fastlandet	25
A3.	Konsumgrupper og forbruksvekter i konsumprisindeksen for Svalbard og for Fastlandet. Vektandel i prosent.....	26
A4.	Endring i prosent, utvalgte konsumgrupper. COICOP. Svalbard og Fastlandet i perioden 2006-2008	27