



*Ragnhild Nygaard og
Estrellita Cometa Rauan*

**Forventningsindikator -
konsumprisene**
November 2006-mai 2007

Notater

Innhold

1. Bakgrunn.....	3
2. Metode.....	3
2.1. Utvalg av respondenter og konsumgrupper.....	3
2.2. Innsamling av forventet prisendring.....	4
2.3. Revisjon, kontroller og beregning.....	4
2.4. Feilkilder og usikkerhet.....	4
3. Hovedresultat.....	5
3.1. Forventet månedsendring.....	5
3.2. Avledet tolv månedersendring.....	6
3.3. Forventet og faktisk prisendring.....	7
Vedlegg A. Tabeller.....	9
Vedlegg B. Forventet og faktisk indeks for utvalgte hovedgrupper.....	11
Vedlegg C. Konsumgrupper i utvalget.....	13
Vedlegg D. Skjema for forventet prisutvikling.....	15

1. Bakgrunn

Statistisk sentralbyrå har utarbeidet en forventningsindikator for konsumprisindeksen for perioden november 2006 til mai 2007. Forventningsindikatoren har som formål å måle tilbudssidens forventninger om utvikling i konsumprisene. Konkurransetilsynet utarbeidet tidligere en tilsvarende indikator, men la ned arbeidet i 2001. Etter en henvendelse fra daværende Arbeids- og administrasjonsdepartementet (AAD) tok Statistisk sentralbyrå på seg et oppdrag med å utarbeide en slik forventningsindikator. Den første beregningen ble gjennomført høsten 2001. Statistisk sentralbyrå har stått fritt i utformingen av forventningsindikatoren og indikatoren er vesentlig endret på flere områder i forhold til indikatoren som Konkurransetilsynet utarbeidet.

Følgende rammebetingelser ble lagt til grunn for forventningsindikatoren:

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

November (år t) til mai (år t+1) (vårindikatoren)
Mai (år t) til november (år t) (høstindikatoren)

2. Leveringsfrister:

Vårindikatoren har frist for levering til AAD 20. januar.
Høstindikatoren har frist for levering til AAD 20. juni.

3. Undersøkelsen skal være frivillig for oppgavegiver.

4. Resultatene på hovedgruppenivå og på total indeksnivå blir offentliggjort i Statistisk sentralbyrås serie Notater.

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

Fra og med 2004 er undersøkelsen kun gjennomført en gang per år slik at det nå er kun vårindikatoren som utarbeides. For vårindikatoren 2007 er det trukket et nytt utvalg av respondenter.

2. Metode

2.1. Utvalg av respondenter og konsumgrupper

Utvalget av respondenter er bestemt gjennom utvalget til konsumprisindeksen hvor tilhørende foretak til bedriftene som inngår i konsumprisindeksen i all hovedsak er valgt ut. Det er bevisst forsøkt å unngå at bedrifter som rapporterer månedlig til konsumprisindeksen også skal rapportere forventet utvikling i konsumprisene. I motsetning til Konkurransetilsynet som benyttet et blandet utvalg av respondenter (produsenter, importører, aktører i detaljistledet, journalister, osv.), har Statistisk sentralbyrå kun trukket ut detaljister i tillegg til enkelte offentlige institusjoner. Statistisk sentralbyrå

mener at det er riktigere å stille spørsmålene kun til detaljistleddet, siden formålet er definert som utsalgspriser til konsumenter. På denne måten kan man fange opp planlagte avanseendringer på detaljstnivå, så vel som planlagte prisendringer fra importør eller produsent. Der det er mulig har Statistisk sentralbyrå henvendt seg direkte til hovedkontor for enkelte detaljstkjeder. I tillegg er energiprodusenter, enkelte offentlige instanser (kommuner) og andre institusjoner inkludert i utvalget. 438 respondenter er kontaktet postalt.

Statistisk sentralbyrå har valgt å samle inn prisforventninger på det mest detaljerte nivået i konsumklassifiseringen¹ for konsumprisindeksen, dvs. 4-sifret konsumgruppe. I noen få tilfeller har det vært nødvendig å be om forventet prisutvikling på representantvarenivå (eks. barnehagetakster), dette fordi noen 4-sifret konsumgrupper er for sammensatte. Utvalget av varegrupper er identiske med alle varegruppene som inngår i konsumprisindeksen på 4-sifret nivå.

2.2. Innsamling av forventet prisendring

Undersøkelsen er gjennomført som en postal skjema basert undersøkelse. Skjemaet ble sendt ut i uke 46, 2006 med om lag 14 dagers svarfrist. Det ble sendt et ”purrebrev” til respondenter som ikke hadde besvart innen tidsfristen. 60 prosent av enhetene i utvalget returnerte skjemaet. I tillegg til respondentene som har gitt svar på forventninger, inneholder denne svarprosenten også respondenter som oppgav at de ikke var interessert i å delta i undersøkelsen. Noen få oppgav at foretaket ikke lenger eksisterte. Endelig andel svar som inngår i undersøkelsen er 57 prosent.

2.3. Revisjon, kontroller og beregning

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

Indikatoren ser i sin helhet på forventninger per november 2006. Manglende verdier som skyldes både totalt og partielt frafall er imputert med et likeveid snitt av anslagene for den aktuelle konsumgruppe levert fra andre respondenter.

I beregningen av indikatoren er hvert enkelt foretak vektet ut fra den omsetning foretaket er registrert med i Statistisk sentralbyrås Bedrift- og foretaksregister (BOF). Foretak som ikke er registrert med omsetning får imputert en omsetningsverdi basert på andre enheter i utvalget. Enhetene i utvalget som ikke er registrert med omsetning, som kommuner og andre offentlige institusjoner, benyttes uveid i beregningene av indikatoren.

Det beregnes et veid snitt av alle anslagene for hver konsumgruppe (4-sifret COICOP). Konsumgruppene aggregeres til grupper (3-sifret COICOP), hovedgrupper (2-sifret COICOP) og totalindeks ved å benytte de samme vektandelene som inngår i konsumprisindeksen.

2.4. Feilkilder og usikkerhet

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

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

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

Registerfeil skyldes overdekning (dvs. enheter som har opphørt å eksistere fortsatt er notert som aktive), underdekning (nye enheter registreres ikke) og feilklassifisering. Utvalget i denne undersøkelsen er etablert gjennom utvalget av bedrifter i konsumprisindeksen, men opplysningene om fremtidig prisutvikling er hentet fra foretaksnivå. Bedriftsutvalget i konsumprisindeksen trekkes fra Statistisk sentralbyrås Bedrift- og foretaksregister. Dersom opplysninger om foretakene (og bedriftene) ikke er tilstrekkelig oppdatert eller feilklassifisert, kan utvalget i denne undersøkelsen også være heftet med feil.

Utvalgsfeil er forårsaket av at det ved innhenting av opplysningene er benyttet et utvalg og ikke en totaltelling. Utvalgsfeilen reduseres normalt når størrelsen på utvalget øker. I etableringen av utvalget til denne undersøkelsen er antall respondenter som skal gi opplysninger om en eller flere aktuelle konsumgrupper bestemt ut fra hvor stor vekt og hvor stor prisvariasjon denne konsumgruppen har.

Det er flere kilder til målefeil; spørreskjemaet, respondenten og respondentens informasjonssystem. Det er vanskelig å vurdere kvaliteten av et spørreskjema på en objektiv måte. Omfattende kognitive tester hvor nøyaktige analyser av spørsmålene for å identifisere strategier som vil gi mer presise svar vil ofte være nødvendig. Slike kognitive tester er imidlertid meget ressurskrevende.

En vanlig målefeil i spørreundersøkelser er knyttet til at respondenten misforstår spørsmålene eller bevisst rapporterer feil. Hvor godt kjennskap respondenten har til sin sektor er også avgjørende for det endelige resultatet. Det å spørre respondentene om fremtidig prisutvikling på konsumgrupper som er relevant for den sektoren respondenten tilhører, skal bidra til å bedre kvaliteten i anslagene. Det å utelukkende henvende seg til detaljistsiden i norsk økonomi, skal ytterligere bidra til å redusere usikkerheten i anslagene. I tillegg er det grunn til å anta at respondentene i utvalget i stor grad er prisfastsettere, noe som kan resultere i at forventningene om fremtidig prisutvikling like gjerne bygger på planlagte endringer, i motsetning til å spørre pristakerne (eks. husholdninger) som kun kan forvente hva prisfastsetterne har tenkt å gjøre.

Som nevnt over er denne undersøkelsen en frivillig undersøkelse hvor svarprosenten er i underkant av 60 prosent. Totalt frafall (enhetsfrfall) og partielt frafall er en vanlig kilde til usikkerhet. Et viktig kriterium er hvordan respondentene som har svart skiller seg fra de som ikke har svart. For å oppnå så sikre resultater som mulig, er verdier som skyldes både totalt og partielt frafall imputert i denne undersøkelsen.

3. Hovedresultat

3.1. Forventet månedsendring

Undersøkelsen viser at tilbudssiden forventer en prisvekst for totalindeksen på 2,2 prosent for perioden november 2006 til mai 2007, se tabell 1.

Tabell 2 viser en forventet prisoppgang på 0,1 prosent i desember, den faktiske prisendringen målt med konsumprisindeksen i desember viser derimot en klar prisnedgang på 0,4 prosent. Det forventes videre prisøkninger for hele perioden januar til mai der januar og februar er forventet å vise kraftigst prisvekst med henholdsvis 0,7 og 0,8 prosent. I de påfølgende månedene forventes prisveksten å avta noe - til 0,3 prosent i mars, 0,1 prosent i april og 0,2 prosent i mai.

Tabell 1 viser at det er hovedgruppene ”Hotell- og restauranttjenester” og ”Bolig, lys og brensel” som viser de høyeste prisforventningene i perioden november 2006 til mai 2007 med samlet prisoppgang på henholdsvis 4,2 og 4,0 prosent. For hotell- og restauranttjenester er det prisene på restauranttjenestene som forventes å stige mer enn prisene på hotellovernattinger. Størst prisvekst for hovedgruppen var forventet i desember. Faktisk prisendring i desember målt i konsumprisindeksen

viste derimot null-ændring. Hovedgruppen "Bolig, lys og brensel" forventes å vise sterkest vekst i husleiene perioden sett under ett - oppgangen er forventet til 4,6 prosent. Det er også forventet høyere priser på elektrisitet, fyringsoljer og annet brensel, der samlet prisstigning i perioden forventes til 3,4 prosent. I desember var prisene på elektrisitet, fyringsoljer og annet brensel forventet å falle langt mindre enn den faktiske prisnedgangen på 8,6 prosent. Samlet forventet prisendring ekskludert forventet prisendring på elektrisitet viser at elektrisiteten trekker opp prisveksten i januar og februar men trekker tilsvarende ned i de etterfølgende månedene, se tabell 4. Bidraget fra elektrisitet til totalindeksen i januar 2007 forventes å være 0,4 prosentpoeng.

Hovedgruppen "Andre varer og tjenester" dekker varer og tjenester innen personlig pleie, sosiale omsorgstjenester, ulike personlige varer og forsikringstjenester. Prisene innen gruppen forventes å stige samlet med 3,2 prosent perioden sett under ett. Nærmere analyse av undergruppene viser at det er varer og tjenester knyttet til personlig pleie som forventes å stige mest med 5,1 prosent. Prisene knyttet til undergruppen sosiale omsorgstjenester herunder barnhagetakster og skolefritidsordningen, forventes å stige med 3,2 prosent i perioden.

Hovedgruppen "Alkoholholdige drikkevarer og tobakk" forventes å vise en prisvekst på 2,4 prosent i perioden november 2006 til mai 2007. Prisene på alkoholholdige drikkevarer antas å stige mer enn tobakksprisene. Hovedgruppen "Matvarer og alkoholfrie drikkevarer" forventes å vise en prisoppgang som er under den forventede gjennomsnittlige prisveksten med 2,0 prosent.

"Kultur og fritid" forventes å vise en prisoppgang på 2,1 prosent der januar 2007 antas å vise størst prisoppgang. Prisene innen gruppen "Annet utstyr til fritid og hage" (som omfatter blant annet spill og leker, utstyr til sport samt blomster og hage produkter) og priser på diverse kulturelle -, sport- og fritidstjenester ventes å stige mest under perioden. Audiovisuelt utstyr forventes å vise prisnedgang i perioden.

Transporthovedgruppen viser en samlet forventet oppgang i prisene på 1,8 prosent for perioden sett under ett. Blant undergruppene er det prisene på drift og vedlikehold av transportmidler herunder bensinprisene, som forventes å stige mest med 4,4 prosent perioden sett under ett. Størst prisoppgang er forventet å komme i februar. Også priser knyttet til vedlikehold og reparasjon på verksted antas å trekke prisveksten opp innen hovedgruppen transport.

Hovedgruppen "Klær og skotøy" forventes å vise en samlet prisnedgang fra november 2006 til mai 2007 med 3,4 prosent. Klesprisene forventes å falle med 3,7 prosent mens prisene på skotøy forventes å vise et klart svakere prisfall på 0,8 prosent. Klesprisene var ventet å stige med 0,3 prosent i desember, men de viste seg derimot å falle med 1,3 prosent i konsumprisindeksen. Klesprisene forventes å falle med 3,5 og 3,4 prosent i henholdsvis januar og februar før de forventes å stige i de etterfølgende månedene.

Også hovedgruppen "Post- og teletjenester" forventes å vise prisnedgang i perioden sett under ett. Prisfallet er forventet å bli på 0,2 prosent der særlig prisene på teleutstyr er ventet å falle.

3.2. Avledet tolv månedersendring

Tabell 3 viser avledet tolv månedersendring som fremkommer ved å se forventet prisindeks mot faktisk prisindeks tolv måneder tidligere. For totalindeksen er høyest avledet tolv månedersvekst registrert i månedene januar og mars 2007 med 3,7 prosent. Avledet tolv månedersvekst i desember var 2,8 prosent, klart høyere enn faktisk tolv månedersendring på 2,2 prosent. Etter tolv månedersvekst på 3,7 prosent i mars forventes veksten å falle til 2,9 prosent i april før den igjen antas å stige noe til 3,1 prosent i mai.

Prisene knyttet til hovedgruppen "Bolig, lys og brensel" forventes å vise klart høyere tolv månedersendringer gjennom perioden sammenlignet med de andre hovedgruppene. Den sterke veksten må forklares av utviklingen i prisene på elektrisitet, fyringsoljer og annet brensel samt husleier. Hovedgruppen gjør et hopp i avledet tolv månedersvekst i januar 2007, fra 7,1 prosent til 9,2 prosent og videre opp i 9,5 prosent i februar 2007. Dette skyldes hovedsaklig at det forventes en langt kraftigere økning i prisene på elektrisitet mv. i januar 2007 enn hva faktisk prisøkning viste seg å være i januar 2006. Også husleieutviklingen i januar forventes å påvirke tolv månedersendringen i samme retning. I februar er det husleiene som styrker avledet tolv månedersvekst ettersom det forventes kraftigere oppgang i husleiene enn den faktiske endringen ble registrert til på samme tid året før. Prisutviklingen på elektrisitet mv. trekker derimot i motsatt retning i februar - prisene forventes å stige langt mindre enn den faktiske prisveksten samme periode året før.

Hovedgruppen "Helsepleie" viser klar nedgang i avledet tolv månedersvekst fra desember 2006 til januar 2007. Dette skyldes først og fremst at det ikke forventes prisoppgang på helsetjenester og at det forventes prisnedgang på legemidler, helseartikler mv. fra desember til januar i år i motsetning til faktisk prisoppgang på samme tid i fjor. Hovedgruppen "Andre varer og tjenester" viser derimot en klar oppgang i tolv månedersendringen i januar 2007 – fra -0,5 prosent i desember til 2,3 prosent i januar. Dette skyldes blant annet forventet prisoppgang innen gruppen sosiale omsorgstjenester, herunder barnehagetakster, i motsetning til faktisk betydelig prisreduksjon i januar i fjor.

Hovedgruppen "Klær og skotøy" viser en negativ avledet tolv månedersendring for hele perioden med unntak for januar da prisene forventes å vise en positiv vekst på 2,3 prosent. Dette skyldes at det forventes en langt svakere prisfall i januar 2007 enn det som faktisk ble registrert for januar 2006 da prisene samlet falt med 8,9 prosent.

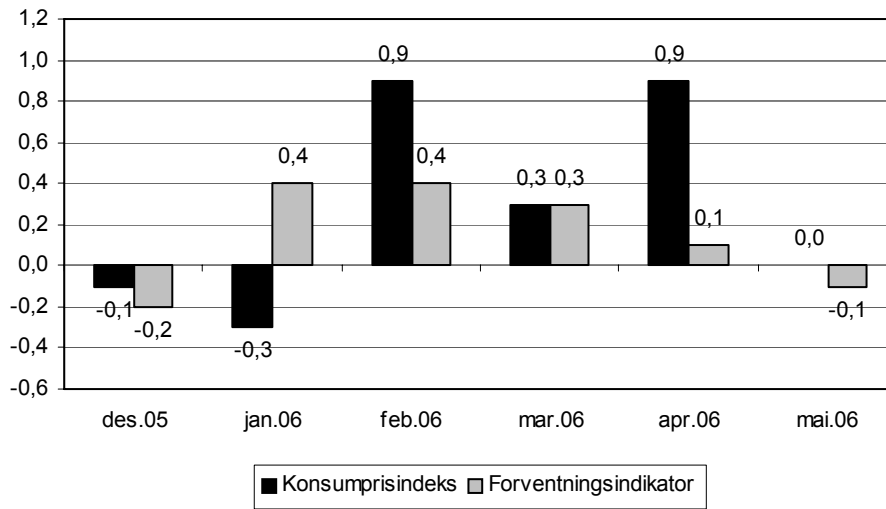
3.3. Forventet og faktisk prisendring

Sammenligner vi forventninger for perioden november 2005 til mai 2006 (fjorårets vårindikator) med den faktiske prisendringen målt med konsumprisindeksen i samme periode, ser vi at avviket mellom forventet og faktisk prisendring på totalindeksnivå var størst i april 2006 (tabell 6). Flere av hovedgruppene viste store avvik fra faktisk prisendring. For hovedgruppene "Bolig, lys og brensel" og "Klær og skotøy" var det forventet nullendring i april 2006, men den faktiske prisveksten viste seg å være 1,7 prosent i begge hovedgruppene. Det var også et klart avvik mellom prisforventningene for hovedgruppen "Post- og teletjenester" og faktisk prisendring for samme periode. På totalindeksnivå ble det også registrert betydelig avvik for januar og februar 2006. For de resterende månedene var det for øvrig mindre avvik mellom prognoser og faktisk prisendring.

Gruppen "Klær og skotøy" viser klare avvik gjennom hele perioden november 2005 til mai 2006, størst avvik var det i desember 2005 - den faktiske prisnedgangen var 1,1 prosent mens prognosene viste en langt kraftigere prisnedgang med 5,3 prosent.

Det ble også registrert betydelige avvik for hovedgruppen "Møbler, husholdningsartikler mv.", særlig i januar 2006 var det betydelig avvik mellom forventet og faktisk prisnedgang.

Figur 1. Faktisk og forventet prisvekst, november 2005 - mai 2006, endring i prosent



Vedlegg A. Tabeller

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

Konsumgruppe	nov.06*	des.06	jan.07	feb.07	mar.07	apr.07	mai 07	nov. 06 - mai 07 Endring i %
Total	119,0	119,1	119,9	120,8	121,2	121,3	121,6	2,2
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	110,3	110,3	110,7	111,1	111,9	112,4	112,5	2,0
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	129,8	129,8	130,6	130,8	132,6	132,6	132,9	2,4
Klær og skotøy	70,4	70,5	68,0	65,8	67,5	68,0	68,0	-3,4
Bolig, lys og brensel	144,0	143,9	147,4	150,3	150,0	149,8	149,7	4,0
Møbler og husholdningsartikler mv.	98,9	99,0	98,6	99,0	99,6	99,6	100,0	1,1
Helsepleie	135,5	135,7	135,1	136,1	135,9	135,8	136,7	0,9
Transport	124,4	124,3	125,1	126,2	126,3	126,3	126,7	1,8
Post- og teletjenester	81,1	81,1	81,0	81,0	80,9	80,9	80,9	-0,2
Kultur og fritid	107,2	107,1	107,9	108,4	108,7	109,0	109,4	2,1
Utdanning	148,8	148,8	148,8	148,8	148,8	148,8	148,8	0,0
Hotell- og restauranttjenester	130,4	133,0	133,7	134,7	135,0	135,3	135,9	4,2
Andre varer og tjenester	121,5	121,8	122,6	123,1	123,7	123,8	125,4	3,2

*Faktisk konsumprisindeks.

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

Konsumgruppe	nov.06	des.06	jan.07	feb.07	mar.07	apr.07	mai 07
Total	-	0,1	0,7	0,8	0,3	0,1	0,2
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	-	0,0	0,4	0,4	0,7	0,4	0,1
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	-	0,0	0,6	0,2	1,4	0,0	0,2
Klær og skotøy	-	0,1	-3,5	-3,2	2,6	0,7	0,0
Bolig, lys og brensel	-	-0,1	2,4	2,0	-0,2	-0,1	-0,1
Møbler og husholdningsartikler mv.	-	0,1	-0,4	0,4	0,6	0,0	0,4
Helsepleie	-	0,1	-0,4	0,7	-0,1	-0,1	0,7
Transport	-	-0,1	0,6	0,9	0,1	0,0	0,3
Post og teletjenester	-	0,0	-0,1	0,0	-0,1	0,0	0,0
Kultur og fritid	-	-0,1	0,7	0,5	0,3	0,3	0,4
Utdanning	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Hotell- og restauranttjenester	-	2,0	0,5	0,7	0,2	0,2	0,4
Andre varer og tjenester	-	0,2	0,7	0,4	0,5	0,1	1,3

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

Konsumgruppe	nov.06*	des.06	jan.07	feb.07	mar.07	apr.07	mai 07
Total	2,6	2,8	3,7	3,6	3,7	2,9	3,1
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	2,3	2,6	2,3	2,1	2,8	3,0	2,5
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	2,3	2,3	2,0	1,9	3,3	3,2	3,1
Klær og skotøy	-4,6	-3,4	2,3	-1,6	-1,9	-2,9	-3,5
Bolig, lys og brensel	7,3	7,1	9,2	9,5	8,8	6,8	7,1
Møbler og husholdningsartikler mv.	-1,4	-1,0	1,3	0,0	0,8	0,9	1,4
Helsepleie	3,5	3,7	0,5	1,4	1,5	1,6	2,3
Transport	2,6	2,3	1,5	2,3	2,3	1,3	1,2
Post og teletjenester	-3,3	-1,6	-3,1	-4,9	-4,5	-5,8	-4,5
Kultur og fritid	0,8	0,7	1,8	1,8	1,8	1,5	2,1
Utdanning	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3
Hotell- og restauranttjenester	4,0	6,1	5,4	5,8	6,1	6,3	6,7
Andre varer og tjenester	-0,6	-0,5	2,3	2,4	2,6	2,7	4,1

*Faktisk tolvmånedersendring i Konsumprisindeksen.

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

Konsumgruppe	nov.06	des.06	jan.07	feb.07	mar.07	apr.07	mai 07
Total månedsendring	-	0,1	0,7	0,8	0,3	0,1	0,2
Total_ex_elektrisitet månedsendring	-	0,2	0,3	0,6	0,4	0,2	0,3
Total_ex_energivarer månedsendring	-	0,1	0,3	0,5	0,4	0,2	0,3
Total 12-månedsendring	-	2,8	3,7	3,6	3,7	2,9	3,1
Total_ex_elektrisitet 12-månedsendring	-	1,4	2,1	2,3	2,4	2,2	2,3
Total_ex_energivarer 12-månedsendring	-	1,3	2,1	2,2	2,4	2,2	2,5

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

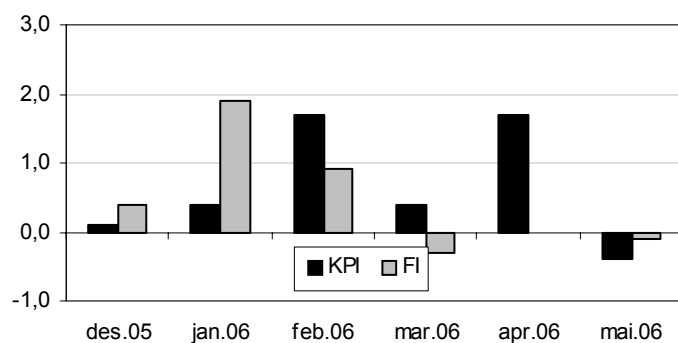
Konsumgruppe	Vekt							
	i promille	nov.06	des.06	jan.07	feb.07	mar.07	apr.07	mai 07
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	116,1	-	0,00	0,05	0,05	0,08	0,05	0,01
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	29,9	-	0,00	0,02	0,01	0,04	0,00	0,01
Klær og skotøy	59,2	-	0,01	-0,21	-0,19	0,15	0,04	0,00
Bolig, lys og brensel	265,0	-	-0,03	0,64	0,53	-0,05	-0,03	-0,03
Møbler og husholdningsartikler mv.	66,0	-	0,01	-0,03	0,03	0,04	0,00	0,03
Helsepleie	29,5	-	0,00	-0,01	0,02	0,00	0,00	0,02
Transport	176,0	-	-0,02	0,11	0,16	0,02	0,00	0,05
Post- og teletjenester	27,6	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kultur og fritid	124,0	-	-0,01	0,09	0,06	0,04	0,04	0,05
Utdanning	3,2	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Hotell- og restauranttjenester	37,6	-	0,08	0,02	0,03	0,01	0,01	0,02
Andre varer og tjenester	65,9	-	0,01	0,05	0,03	0,03	0,01	0,09

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

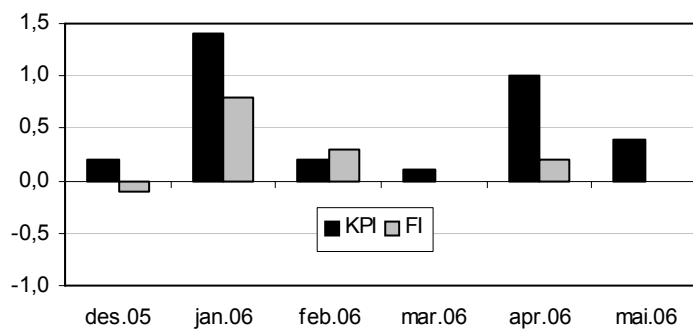
	FI	KPI	FI	KPI	FI	KPI	FI	KPI	FI	KPI	FI	KPI
	des.05	des.05	jan.06	jan.06	feb.06	feb.06	mar.06	mar.06	apr.06	apr.06	mai 06	mai 06
Total	-0,2	-0,1	0,4	-0,3	0,4	0,9	0,3	0,3	0,1	0,9	-0,1	0,0
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	0,0	-0,3	0,5	0,7	0,6	0,6	0,3	0,0	0,0	0,3	0,3	0,6
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	0,0	0,0	0,2	0,9	1,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,1	0,1	0,3
Klær og skotøy	-5,3	-1,1	-6,4	-8,9	-0,5	0,6	5,2	2,8	0,0	1,7	-2,5	0,7
Bolig, lys og brensel	0,4	0,1	1,9	0,4	0,9	1,7	-0,3	0,4	0,0	1,7	-0,1	-0,4
Møbler og husholdningsartikler mv.	-0,1	-0,3	-0,1	-2,7	0,1	1,7	0,2	-0,2	0,0	-0,1	0,1	-0,1
Helsepleie	-0,4	-0,1	1,1	2,8	0,3	-0,1	0,0	-0,2	0,3	-0,2	0,2	0,0
Transport	-0,1	0,2	0,8	1,4	0,3	0,2	0,0	0,1	0,2	1,0	0,0	0,4
Post- og teletjenester	0,0	-1,8	-0,1	1,5	0,0	1,9	0,0	-0,6	0,1	1,4	0,0	-1,4
Kultur og fritid	-0,1	0,0	0,6	-0,4	0,2	0,5	-0,1	0,3	0,2	0,6	-0,1	-0,3
Utdanning	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Hotell- og restauranttjenester	0,1	0,0	0,3	1,1	0,7	0,4	0,2	-0,1	0,0	0,1	0,2	0,1
Andre varer og tjenester	0,6	0,2	-0,4	-2,0	0,7	0,3	0,2	0,3	0,2	-0,1	0,5	0,0

Vedlegg B. Forventet og faktisk indeks for utvalgte hovedgrupper

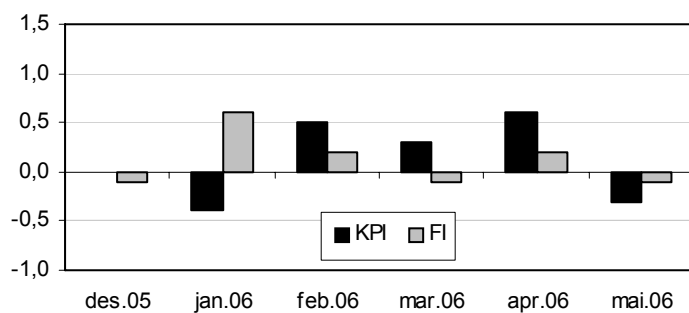
Figur B1. Bolig, lys og brensel, forventningsindikator og konsumprisindeks



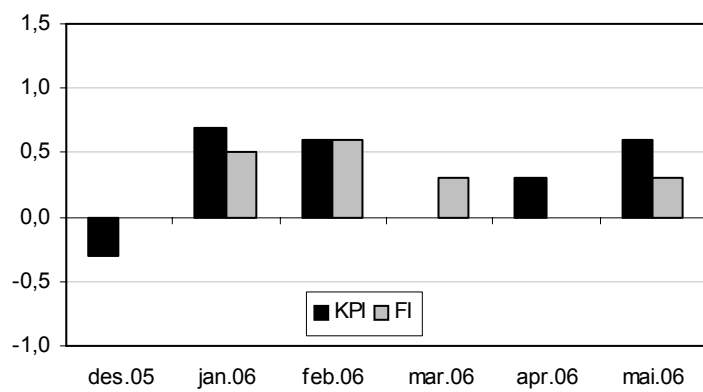
Figur B2. Transport, forventningsindikator og konsumprisindeks



Figur B3. Kultur og fritid, forventningsindikator og konsumprisindeks



Figur B4. Matvarer og alkoholfrie drikkevarer, forventningsindikator og konsumprisindeks



Vedlegg C. Konsumgrupper i utvalget

COICOP Navn

K0111	Brød og kornprodukter
K0112	Kjøtt
K0113	Fisk
K0114	Melk, ost og egg
K0115	Oljer og fett
K0116	Frukt
K0117	Grønnsaker, inkludert poteter og andre rotvekster
K0118	Sukker, syltetøy, sjokolade og andre sukkervarer
K0119	Andre matvarer
K0121	Kaffe, te og kakao
K0122	Mineralvann, leskedrikker og juice
K0211	Brennevin
K0212	Vin
K0213	Øl
K0220	Tobakk
K0312	Klesplagg
K0313	Andre klesplagg og tilbehør til klær
K0314	Rensing, vask, reparasjon og leie av klær
K0321	Sko og annet fottøy
K0322	Vedlikehold, reparasjon og leie av fottøy
K0411	Betalt husleie, bolig
K0412	Betalt husleie, fritidsbolig
K0421	Beregnet husleie, bolig
K0422	Beregnet husleie, fritidsbolig
K0431	Produkter til vedlikehold og reparasjon av bolig
K0432	Tjenester for vedlikehold og reparasjon av bolig
K0440	Andre tjenester knyttet til bolig og fritidsbolig
K0451	Elektrisitet
K0453	Flytende brensel
K0454	Fast brensel
K0455	Fjernvarme
K0511	Møbler, innrednings- og dekorasjonsartikler
K0512	Tepper og annet gulvbelegg
K0520	Boligtekstiler
K0531	Komfyrer, varmeovner, kjøleskap, andre større husholdningsapparat
K0532	Mindre elektriske husholdningsapparater
K0533	Reparasjon av husholdningsapparater
K0540	Kjøkkenutstyr, glass, dekketøy mv.
K0551	Større verktøy
K0552	Mindre verktøy og diverse tilbehør
K0561	Vaskepulver, rengjøringsmidler og andre husholdningsartikler
K0611	Legemidler
K0613	Briller mv.
K0621	Legetjenester utenom institusjon
K0622	Tannlegetjenester utenom institusjon
K0623	Paramedisinske tjenester utenom institusjon
K0711	Biler
K0712	Motorsykler
K0713	Sykler
K0721	Reservedeler og tilbehør
K0722	Drivstoff og smøremidler
K0723	Vedlikehold og reparasjon på verksted

K0724 Andre tjenester knyttet til privat bruk av transportmidler
K0731 Passasjertransport med jernbane, T-bane og trikk
K0732 Passasjertransport på vei
K0733 Passasjertransport med fly
K0734 Passasjertransport i båt
K0810 Posttjenester
K0820 Teleutstyr
K0830 Teletjenester
K0911 Audiovisuelt utstyr
K0912 Fotoutstyr, kikkerter mv.
K0913 IT-utstyr
K0914 Film, CD, kassetter o.l.
K0915 Reparasjon av audiovisuelt utstyr, foto-, IT-utstyr
K0921 Båter og båtutstyr
K0922 Musikkinstrumenter og innendørs trenings- og hobbyutstyr
K0931 Spill, leker og hobby
K0932 Utstyr til sport, camping og utendørs aktiviteter
K0933 Blomster og hage
K0941 Sport- og fritidstjenester
K0942 Kulturelle tjenester, underholdning
K0951 Bøker
K0952 Aviser og tidsskrifter
K0954 Skrivemateriell
K0960 Feriereiser, pakketurer
K1010 Førskole og barneskole
K1020 Ungdomsskole, videregående skole og folkehøgskole
K1040 Høgskole og universitet
K1111 Restauranttjenester
K1112 Kantiner
K1120 Hotelltjenester
K1211 Hår- og skjønnhetspleie
K1212 Elektriske apparater til personlig pleie
K1213 Toalettartikler
K1231 Smykker og ur
K1232 Andre personlige effekter
K1240 Sosiale omsorgstjenester
K1252 Bolig- og innboforsikring
K1254 Bilforsikring inkl. reiseforsikring
K1262 Finansielle tjenester ellers
K1270 Andre tjenester



Undersøkelse om forventet utvikling i detaljpriser



Kontaktperson i Statistisk sentralbyrå:
Estrellita Rauan, seksjon 240
E-post: era@ssb.no - tlf. 21 09 47 09

Ditt foretak er et av rundt 400 foretak og offentlige institusjoner i Norge som er valgt ut til å delta i en undersøkelse om fremtidig forventet prisendring for de vare- og tjenestegruppene som gir grunnlaget for konsumprisindeksen. Konsumprisindeksen viser prisutviklingen på forbruksvarer og -tjenester som etterspørres av private husholdninger. Tilsvarende indikator for forventet prisutvikling ble tidligere utarbeidet av Konkurransetilsynet. Ettersom Statistisk sentralbyrå utarbeider konsumprisindeksen hver måned, har vi også overtatt undersøkelsen om forventet prisutvikling.

En gang i året vil ditt foretak motta et spørreskjema fra oss om forventet prisutvikling i detaljpriser (salgspriser til forbruker) for de forretninger ditt foretak representerer. Vi ber om at en i foretaket som har kunnskaper om prisutvikling svarer på skjemaet og returnerer det til oss så snart som mulig, og senest 30. november 2006.



Formålet med forventingsindikatoren er å måle forventet utvikling i konsumprisene. Indikatoren blir blant annet brukt som bakgrunnsinformasjon for de årlige inntekstoppgjørene. Fornying- og administrasjonsdepartementet er oppdragsgiver for prosjektet. Statistisk sentralbyrå skal bruke opplysningene som samles inn til å utarbeide månedlig forventet endring for perioden **november 2006 - mai 2007** for vare- og tjenestegrupper som inngår i konsumprisindeksen. Det er frivillig å delta i undersøkelsen, men for å lage gode prognoser er vi avhengig av at flest mulig av de utvalgte foretakene deltar i undersøkelsen.

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

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

Vennlig hilsen

Lasse Sandberg
seksjonssjef



Hvordan fylle ut skjema: Skjemaene vil bli lest maskinelt (optisk lesing), og det er derfor viktig med en nøyaktig og tydelig utfylling.

Bruk blå eller svart penn. Fyll ut skjemaet fortløpende etter nummereringen på spørsmålene.

Sett kryss slik:

og ikke slik:

Hvis kryss i feil rute:

Skriv tall slik:

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

Dette skjemaet spør om **forventet utvikling i salgsprisene til forbruker** for en/flere varegrupper i de bedrifter ditt foretak representerer. Vi ber deg angi forventet prisendring så godt det lar seg gjøre. Selv om du er usikker på hvordan prisutviklingen vil bli, er det viktig at du anslår hvordan du tror den vil bli for de ulike varegruppene i de periodene vi spør om.

1 Forventer forretninger i ditt foretak å endre salgsprisene på den/de varegruppe(ne) som er med i tabellen nedenfor? Vennligst sett ett kryss for hver av varegruppene vi spør om i den/de måneden(e) endringen(e) finner sted. Angi forventet oppgang eller nedgang i prosent. Angi prosentsatsen med en desimal.

⊥ Pil opp ↑ betyr forventet oppgang, pil ned ↓ betyr forventet nedgang.

Varegruppe



Forventet månedlig prisendring

Nov. - des. 2006

Des. 2006 - jan. 2007

}	<input type="checkbox"/> ↑ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ↑ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.	
		,												
		.												
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> ↓ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ↓ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		
	,													
	.													
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret													
}	<input type="checkbox"/> ↑ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ↑ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.	
		,												
		.												
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> ↓ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ↓ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		
	,													
	.													
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret													
}	<input type="checkbox"/> ↑ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ↑ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.	
		,												
		.												
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> ↓ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ↓ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		
	,													
	.													
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret													
}	<input type="checkbox"/> ↑ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ↑ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.	
		,												
		.												
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> ↓ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ↓ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		
	,													
	.													
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret													
}	<input type="checkbox"/> ↑ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ↑ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.	
		,												
		.												
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> ↓ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		<input type="checkbox"/> ↓ → <table border="1"><tr><td> </td><td>,</td><td> </td></tr><tr><td> </td><td>.</td><td> </td></tr></table> %		,			.		
	,													
	.													
	,													
	.													
<input type="checkbox"/> Uendret	<input type="checkbox"/> Uendret													



Forventet månedlig prisændring

Jan. - feb. 2007

Feb. - mars 2007

Mars - april 2007

April - mai 2007

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

↑ →

,
,

 %

↓ →

,
,

 %

Uendret

⌊

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

Navn: Stilling:

Telefonnr.: E-postadresse:

3 Har du kommentarer til opplysningene du har gitt i skjemaet? Vennligst skriv dem i feltet nedenfor:

⌊

Takk for hjelpen!