

2011:1 • 4. nóvember 2011

Vísitala neysluverðs 2010–2011

Consumer price index 2010–2011

Vísitala neysluverðs hækkaði um 5,3% frá október 2010 til jafnlengdar í ár. Á sama tíma hækkaði vísitala neysluverðs án húsnæðis um 5,0%. Verðbólga hefur aukist á árinu. Hún var lág fyrstu þrjá mánuði tímabilsins, en hefur síðan aukist hægt og bitandi.

Í heftinu er vikið að árlegri endurnýjun á grunni vísitölu neysluverðs í mars 2011 og áhrifum af grunnskiptum. Þá eru birtar niðurstöður úr athugun Hagstofunnar á áhrifum þess að nota mismunandi vogir við útreikning vísitölnnar. Að meðaltali var frávik í $\pm 0,01\%$ á árabílinu 2001 til 2010.

Ástæður verðbólgunnar

*Innfluttar vörur valda mestri
verðbólgu*

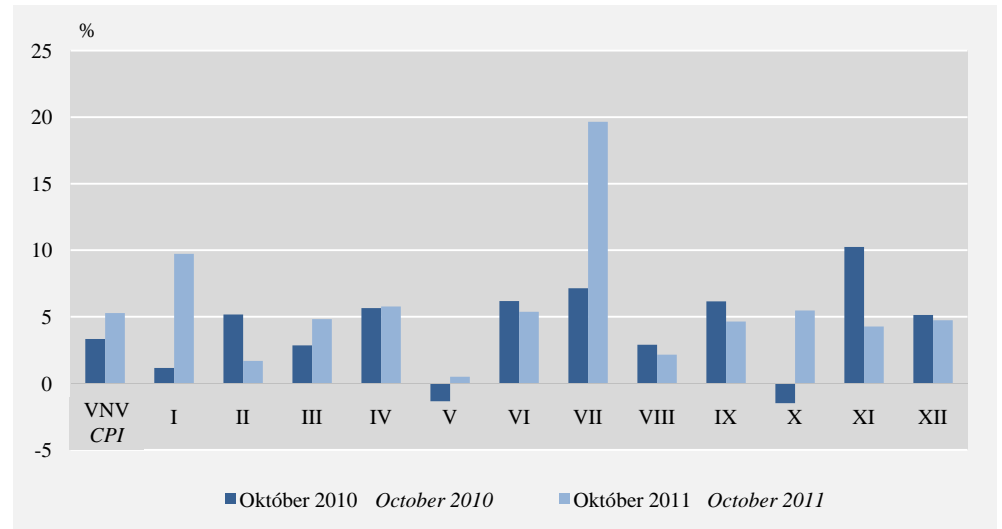
Vísitala neysluverðs hækkaði um 5,3% frá október 2010 til jafnlengdar í ár. Á sama tímabili hækkaði verð erlends gjaldeyris¹ um 3,4%. Ísland er mjög háð innflutningi á neysluvörum og vega innfluttrar vörur tæplega 40% í grunni vísitölnnar. Verð á innfluttum vörum hækkaði um 5,1% (vísitöluáhrif 1,93%) frá október 2010 til október 2011. Þar af hækkaði verð á bensíni og díselolíu um 19,6% (0,99%). Húsnæðiskostnaður (greidd og reiknuð leiga, viðhald og viðgerðir á húsnæði) hækkaði um 5,5% (1,08%) og verð á þjónustu hækkaði um 4,6% (1,33%). Þar af hækkaði verð opinberrar þjónustu um 4,3% (0,33%) en verð annarrar þjónustu um 4,7% (1,0%).

¹ Í umfjöllun um gengisbreytingar í þessu hefti er miðað við breytingar á vísitölu meðalgengis (vöruskiptavog víð) sem Seðlabanki Íslands gefur út.



Mynd 1. Ársbreyting vísitölu neysluverðs eftir eðli og uppruna

Figure 1. Annual changes of the consumer price index by economic categories



Skýringar: VNV Vísitala neysluverðs. I Búvörur án grænmetis. II Grænmeti (innlent og innflutt). III Aðrar innlendar mat- og drykkjarvörur. IV Aðrar innlendar vörur (án grænmetis). V Innfluttar mat- og drykkjarvörur (án grænmetis). VI Nýr bíll og varahlutir. VII Bensín. VIII Innfluttar vörur aðrar. IX Áfengi og tóbak. X Húsnæði. XI Opinber þjónusta. XII Önnur þjónusta.

Notes: CPI Consumer price index. I Agricultural products (less vegetables). II Vegetables (domestic and imported). III Other domestic food and beverages. IV Other domestic goods (less vegetables). V Imported food and beverages, less vegetables. VI New cars and spare parts. VII Petrol. VIII Other imported goods. IX Alcohol and tobacco. X Housing. XI Public services. XII Other services.

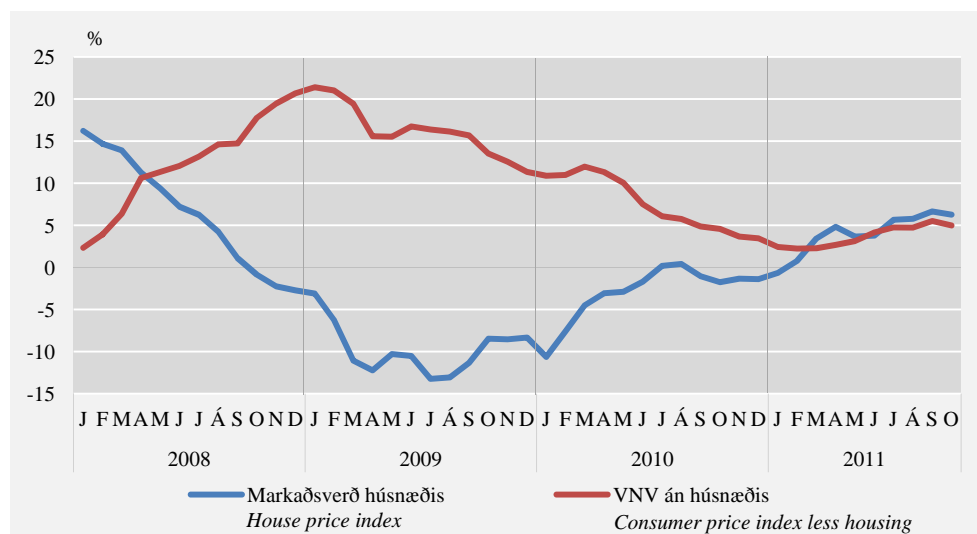
Húsnæðisverð

Sveiflur í húsnæðisverði

Markaðsverð íbúðarhúsnæðis á landinu öllu hefur breyst mikið á síðustu árum. Síðustu tólf mánuði hefur það hækkað um 6,3% eftir 1,7% lækkun frá október 2009 til 2010 og 8,4% lækkun milli sömu mánaða 2008 og 2009. Þótt um viðsnúning sé að ræða er raunhækkun lítil eða tæplega 1% síðustu tólf mánuði. Á þeim þremur árum sem liðin eru frá hruni fjármálakerfisins í október 2008 hefur raunlækkun íbúðarverðs verið 23,3% og er þá miðað við breytingu vísitölu neysluverðs án húsnæðis. Þróun ársbreytinga fyrir markaðsverð húsnæðis og vísitölu neysluverðs án húsnæðis frá ársbyrjun 2008 til október 2011 má sjá á mynd 2.

Mynd 2. Markaðsverð húsnæðis og vísitala neysluverðs án húsnæðis, ársbreyting, janúar 2008–október 2011

Figure 2. House price index and consumer price index less housing, annual rate of change, January 2008–October 2011



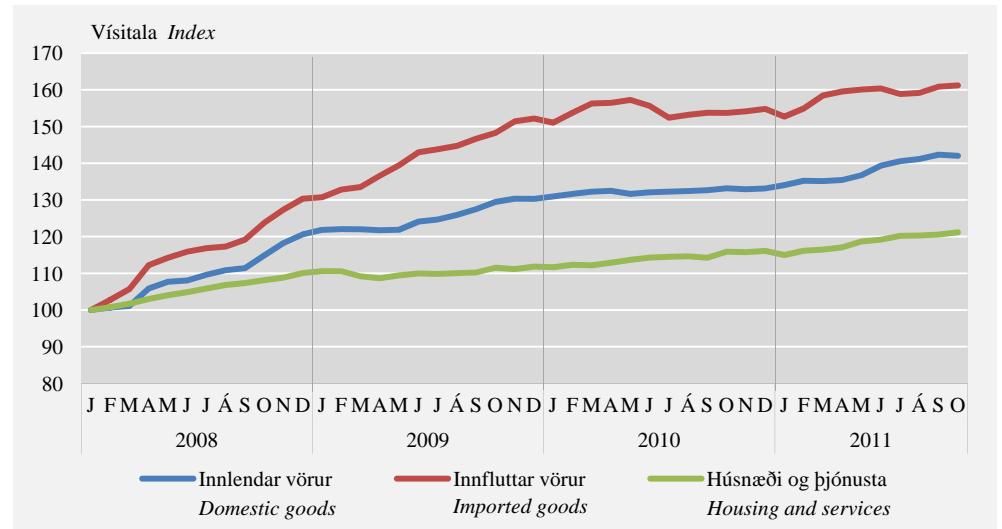
Verðþróun frá 2008

Innfluttar vörur hafa hækkað um 61,2% frá janúar 2008 en innlendar um 42,0%

Um þessar mundir eru þrjú ár liðin frá falli íslenska fjármálakerfisins og er athyglisvert að skoða hvernig verðlag hefur breyst á tímabilinu. Ýmsar breytingar höfðu þegar átt sér stað þegar stóru bankarnir þrír urðu gjaldþrota í október 2008. Til dæmis hafði gengið veikst mikið og verulegur samdráttur orðið í sölu fasteigna. Frá janúar 2008 til október 2011 hefur vísitala neysluverðs hækkað um 36,2% en vísitala neysluverðs án húsnæðis um 45,4%. Innfluttar vörur hafa hækkað um 61,2% en innlendar vörur hafa hækkað minna eða um 42,0%. Verð á húsnæði og þjónustu hefur á sama tíma hækkað um 21,2%. Á þessu sama tímabili hefur verð á erlendum gjaldmiðlum hækkað um 71,4%. Sá undirflokkur vísitölunnar sem hefur mest áhrif á verðbólguna á þessu tímabili er liðurinn ferðir og flutningar sem hefur hækkað um 62,9%, en í honum eru stórir útgjaldaliðir sem háðir eru breytingum á gengi, svo sem nýir bílar, bensín og flugfargjöld til útlanda. Sá flokkur útgjalda sem næstmest áhrif hefur haft á tímabilinu eru matur og drykkjarvörur sem hækkað hafa um 45,2%. Í þriðja sæti er flokkurinn húsnæði, hiti og rafmagn. Innan þess flokks eru það annars vegar undirflokkarnir viðhald og viðgerðir, hins vegar rafmagn og hiti sem mest áhrif hafa til hækkunar. Áhrif reiknaðrar leigu, sem er kostnaður við að búa í eigin húsnæði, er til lækkunar á vísitölunni á tímabilinu.

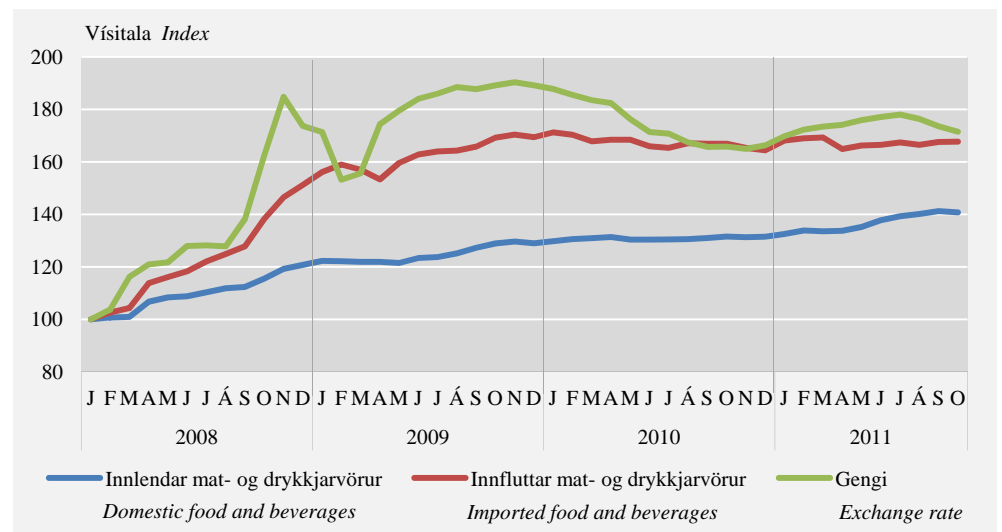
Mynd 3. Verðþróun frá ársbyrjun 2008

Figure 3. Price development from 2008



Mynd 4. Verðþróun innlendra og innfluttra mat- og drykkjarvara frá 2008

Figure 4. Price development of domestic and imported food and beverages from 2008



Grunnur vísitölunnar

Grunnur neysluverðsvísitölunnar er endurskoðaður árlega og eru niðurstöður úr rannsókn á útgjöldum heimilanna notaðar til þess. Rannsóknin hófst árið 2000 og hefur staðið óslitið síðan. Niðurstöður þriggja ára eru lagðar til grundvallar hverju sinni og við grunnskiptin í mars 2011 voru gögn árána 2007–2009 notuð.

Gögn frá 1.850 heimilum

Í úrtaki útgjaldarannsóknarinnar árin 2007–2009 voru 3.484 heimili eða tæplega 1.200 heimili á ári. Svör fengust frá 1.850 heimilum en það er rúmlega 53% svörun. Sérstakt átak var gert til að auka svörun í rannsókninni eftir að hún fór niður í 45% árin 2005-2007. Nauðsynlegt er að auka hana enn frekar til að tryggja öruggar niðurstöður, sérstaklega fyrir fatíð en stór útgjöld eins og bílakaup eða kaup á stórum heimilis- og frístundatekjum.

Úrvinnslan

Útgjaldarannsóknin er samfelld og við úrvinnslu er elsta árið fellt út og nýju ári bætt við. Úrvinnslan er með þeim hætti að niðurstöður fyrri árána tveggja eru framreiknaðar til verðlags þriðja ársins og reiknað vegið meðaltal fyrir hvern útgjaldaflokk. Niðurstöður úr rannsókninni fyrir árin 2007–2009 voru birtar í Hagtíðindum þann 9. desember 2010. Þegar vísitölugrunnurinn er endurnýjaður eru niðurstöður útgjaldarannsóknarinnar framreiknaðar til verðlags í marsmánuði þegar grunnskiptin fara fram. Endurnýjun grunnsins sem slík veldur ekki breytingum á vísitölunni.

Aðrar heimildir

Við hver grunnskipti leggur Hagstofan mikla áherslu á að nota tiltækar nýrri heimildir við vinnslu grunnsins til að meta breytingar á samsetningu neyslu. Má þar nefna tölur Umferðarstofu um nýskráningar á bifreiðum og upplýsingar frá fyrirtækjum um flug- og pakkaferðir. Auk þess er gagna um veltu smásöluverslana aflað úr virðisaukaskattskýrslum.

Hluttur ferða og flutninga og húsnæðis eykst

Helstu breytingar á samsetningu útgjalda frá mars 2010 til mars 2011 voru þær að hluttur ferða og flutninga jókst úr 13,4% í 15,1%, en bílasala jókst nokkuð á milli árána 2009 og 2010 eftir mikinn samdrátt áður. Vægi húsnæðis, hita og rafmagns jókst úr 22,5% í 24,1% vegna aukins vægis viðhaldskostnaðar, rafmagns og hita. Aftur á móti minnkaði vægi tómsunda og menningar úr 11,1% í mars 2010 í 10,3% í mars 2011 og útgjöld til kaupa á fatnaði og skóm fóru úr 6,7% í 6,0%. Hlutfallslega skiptingu nýrri og eldri grunnsins má sjá í töflu 2 aftast í þessu hefti.

Áhrif grunnskiptanna og breytt innkaupamynstur

Verðbreytingin milli mars og apríl 2011 mæld á eldri grunni var 0,04% hærri en reyndin varð á nýja grunninum. Verðbreyting vísitölunnar mæld með nýja grunninum eftir að leiðréttingar höfðu verið gerðar á niðurstöðum útgjaldarannsóknarinnar leiddi til 0,06% minni hækkunar en á óbreyttum grunni (báðir á verðlagi mars 2011). Við grunnskiptin var innkaupamynstur heimila endurskoðað út frá gögnum úr rannsókn á útgjöldum heimilanna fyrir árið 2009. Útreikningur með endurskoðuðu vægi dagvöruverslanakeðja gaf 0,02% lægri niðurstöðu en með óbreyttu vægi. Þar er um að ræða breytingu á innkaupahegðun en ekki neyslusamsetningu, þ.e. sömu vörur og áður eru keyptar en í annars konar verslun. Endurskoðun af þessu tagi hefur áhrif á vísitölumælinguna. Niðurstöðurnar sýna að neytendur hafa haldið áfram að auka viðskipti sín við dagvöruverslanir þar sem verð er almennt lægra. Verðbreytingin vegna þessa lækkaði neysluverðsvísitöluna um 0,04% í apríl síðastliðnum.

Áhrif af mismunandi útgjaldavogum í vísitölu neysluverðs

Viðbótarheimildir hafa verið nýttar meira síðustu ár

Spyrja má hvernig útgjöld heimila á hverjum tíma séu í samræmi við grunn vísitölu neysluverðs. Gögn úr rannsókn á útgjöldum heimilanna fyrir árin 2007–2009 voru notuð til að útbúa grunn vísitölu neysluverðs í mars 2011. Fyrir flokka útgjalda sem ætla mætti að hefðu breyst umfram aðra frá því að útgjaldarannsóknin var gerð voru nýrri heimildir notaðar. Síðustu ár hefur verið meiri nauðsyn en ella til þess að nýta viðbótar heimildir við gerð útgjaldavoganna vegna mikilla og snöggra sviptinga í efnahagslífinu. Í töflu eitt má sjá útgjaldaflokkana þar sem aðrar heimildir hafa verið notaðar. Í töflunni er borið saman hlutfallslegt vægi flokkanna í niðurstöðum útgjaldarannsóknarinnar (þriggja ára meðaltal) og hlutur þeirra í grunni neysluverðsvísitölunnar eftir að útgjaldavogir höfðu verið endurmetnar.

Tafla 1. Vægi nokkurra flokka í rannsókn á útgjöldum heimilanna og neysluverðsvísitölunni

Table 1. Weight of expenditure groups in the household expenditure survey and the CPI

| Mars March | 2009 | | 2010 | | 2011 | |
|--|------|-----|------|-----|------|-----|
| | A | B | A | B | A | B |
| 043 Viðhald og viðgerðir á húsnæði Regular maintenance | 5,1 | 4,9 | 4,7 | 3,5 | 4,5 | 4,1 |
| 051 Húsgögn og heimilisbúnaður Furnishing and household equipment | 3,3 | 3,4 | 3,3 | 2,8 | 2,7 | 2,9 |
| 053 Raftæki Electrical appliances | 1,8 | 1,6 | 1,8 | 1,5 | 1,5 | 1,1 |
| 071 Kaup ökutækja Purchase of vehicles | 8,8 | 3,8 | 7,3 | 2,6 | 6,6 | 4,3 |
| 073 Flutningar Transport services | 1,9 | 1,4 | 2,3 | 1,7 | 2,0 | 1,6 |
| 091 Sjónvörp, myndbönd, tölvur o.fl. Audiovisual instruments, etc. | 2,0 | 1,9 | 2,2 | 1,8 | 1,8 | 1,7 |
| 092 Tómstundir, stærri tæki o.fl. Major durables for recreation and culture | 1,1 | 1,0 | 1,0 | 0,7 | 0,6 | 0,7 |
| 096 Pakkaferðir Package holidays | 2,4 | 0,9 | 3,1 | 1,2 | 2,8 | 1,3 |

Skýringar Í vinstri dálki hvers árs (A) er hlutfallslegt vægi útgjaldaflokka úr nýjustu útgjaldarannsókninni í mars á hverju ári. Í hægri dálki (B) er hlutfallslegt vægi flokksins eins og það var í nýjum grunni vísitölunnar. Fjárhæðir eru á sama verðlagi.

Notes: The left column (A) shows the weight of each expenditure group in the latest household expenditure survey available in March each year. The right column (B) shows the expenditure weights in the new base of the CPI at the same time. The results are computed at same prices.

Þriggja ára meðaltal eykur marktækni

Ítarlegasta heimild um útgjöld heimila er rannsókn á útgjöldum heimilanna. Rannsóknin er viðamikil, flókin og stendur yfir allt árið og úrvinnsla hennar tekur töluverðan tíma. Smæð úrtaksins og lágt þáttökuhlutfall gerir það að verkum að nauðsynlegt er að skeyta saman niðurstöðum þriggja ára í senn til að fá marktækar niðurstöður. Sérstaklega á þetta við um flokka þar sem útgjöld eru fátíð en jafnan stór. Þrátt fyrir að niðurstöður þriggja ára séu nýttar hefur staðalskekking verið há í ýmsum útgjaldaflokkum. Þetta á sérstaklega við flokka eins og stærri tæki til tómstundaiðkunar, kaup ökutækja, viðhald og viðgerðir á húsnæði og ýmsa undirflokka húsgagna og heimilisbúnaðar.

Mismunandi útgjaldavogir skoðaðar

Hagstofan hefur reiknað vísitölu, sem vegin er saman með útgjaldaskiptingu hvers árs samkvæmt niðurstöðu útgjaldarannsóknar. Þróun hennar hefur verið borin saman við þróun birtu neysluverðsvísitölunnar. Auk þess hefur birta vísitalan verið borin saman við afburðavísitölu sem byggir á útgjöldum tveggja ára úr útgjalda-

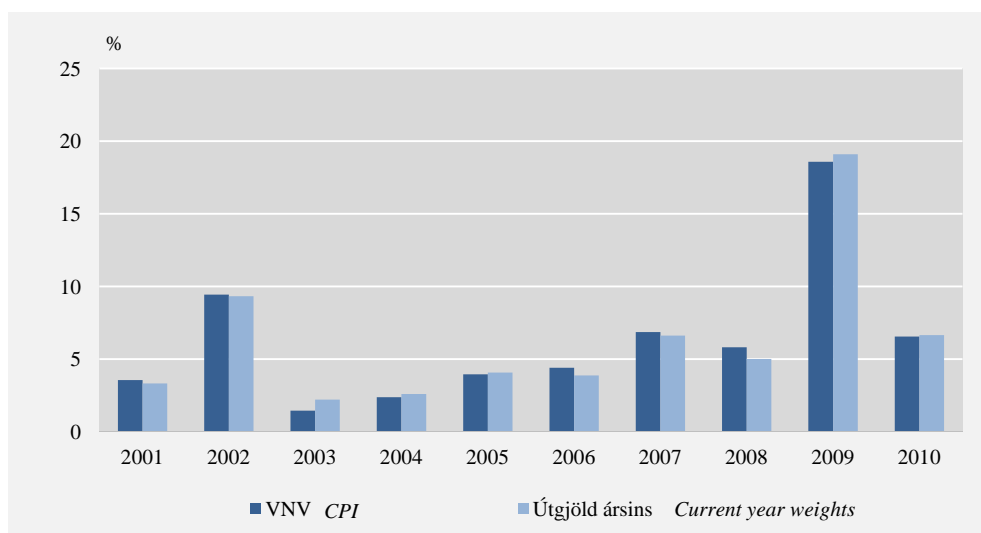
rannsókninni. Búist var við að hvor þessara aðferða gæfi svipaða niðurstöðu og birta vísitalan yfir tímabilið, enda varð það reyndin.

Verðþróun vegin með útgjöldum
sama árs

Í **fyrri tilvikinu** var vísitala neysluverðs endurreiknuð fyrir árin 2001–2010 og niðurstöður útgjaldarannsóknarinnar fyrir hvert ár notaðar sem grunnur. Segja má að útreikningurinn byggir á raunverulegum útgjöldum ársins. Þó ber að hafa það í huga að staðalskekkja getur verið mjög mikil vegna lítils fjölda heimila að baki niðurstöðum hvers árs. Mynd 5 sýnir niðurstöðurnar þar sem annarsvegar er borin saman ársbreyting vísitölu neysluverðs (VNV) og hinsvegar vísitölu sem miðast við útgjaldavog ársins, í janúar á hverju ári. Niðurstöður mælinganna eru nokkuð líkar fyrir báðar vísitölurnar. Mestu munar í janúar 2003 þegar birta vísitalan mældi 0,8% minna en samanburðarvísitalan og í janúar 2008 þegar birta vísitalan mældi 0,8% meiri verðhækkun. Að meðaltali var munurinn +0,01% yfir tímabilið 2001–2010.

Mynd 5. VNV og vísitala byggð á útgjöldum ársins, ársbreyting í janúar

Figure 5. CPI and an index based on current year weights, annual rate of change in January



Tengsl fastgrunnsvísitalna og
afburðavísitalna

Í **síðara tilvikinu** er birt verðþróun borin saman við afburðavísitölu. Neysluverðsvísitölur eru yfirleitt fastgrunnsvísitölur. Það þýðir að hlutfallslegt vægi útgjaldaflokka er ekki endurskoðað á milli grunnskipta, þrátt fyrir að vitað sé að neytendur breyti neyslusamsetningu sinni þegar tekjur þeirra eða vöruverð breytast. Fræðilega hefur verið sýnt fram á að svokallaðar afburðavísitölur, svo sem Fisher-vísitala, séu sannar framfærsluvísitölur sem taka tillit til neyslubreytinga. Fisher-vísitalan er margfeldis meðaltal tveggja fastgrunnsvísitalna: Laspeyres-vísitölu, sem miðast við skiptingu útgjalda við upphaf tímabils, og Paasche-vísitölu, sem miðast við útgjaldaskiptingu við lok tímabilsins. Við vinnslu reglulegra hagtalna eins og mánaðarlegrar vísitölu er sjaldan hægt að nota þessa aðferð þar sem gögn um skiptingu útgjalda í lok tímabils liggja ekki fyrir nógu tímanlega. Það að endurnýja grunn Laspeyres-vísitölu oft minnkar muninn á milli Laspeyres- og Paasche-vísitalnanna og færir hana nær sannri framfærsluvísitölu.¹ Í rannsóknartilgangi getur verið gagnlegt að reikna Fisher-vísitölu þegar nauðsynleg gögn liggja fyrir og bera saman við verðþróun til að meta gæði birtu vísitölnnar.

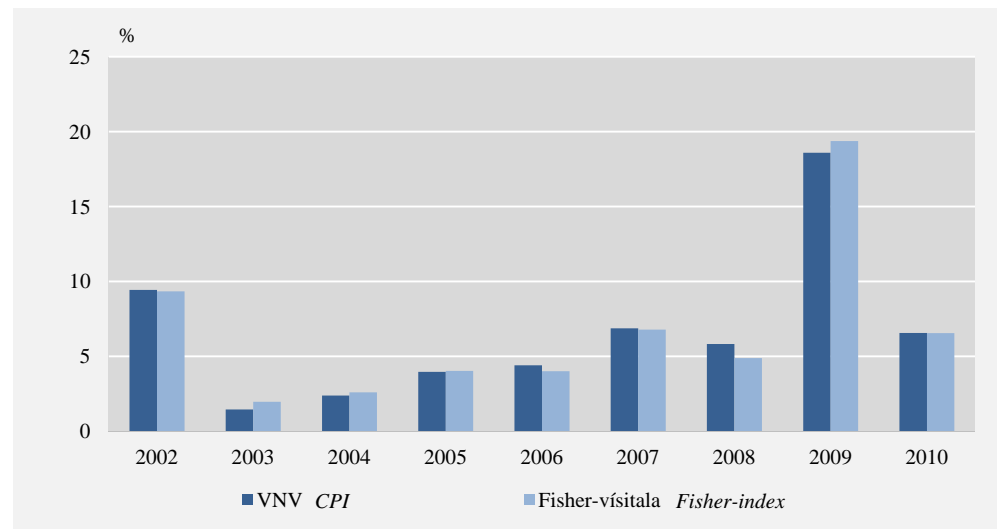
Verðþróun afburðavísitölu

¹ Rósmundur Guðnason (2004). Hvernig mælum við verðbólgu? *Fjármálatíðindi 51 (1)*, 33-54.

Á mynd 6 má sjá ársverðbólgu í janúar á árunum 2002–2010 eins og neysluverðs-vísitalan mældi hana og eins og Fisher-vísitala mældi hana. Fyrir Laspeyres-vísitöluna voru niðurstöður rannsóknar á útgjöldum heimilanna frá fyrra ári notaðar en sama árs fyrir Paasche-vogina. Fyrir verðbreytingar ársins 2002 voru útgjöld ársins 2001 notuð í Laspeyres-vísitölunni en útgjöld ársins 2002 í Paasche-vísitölunni. Með þessari nálgun var munurinn mestur í janúar 2008 og 2009. Í janúar 2008 sýndi birta vísitalan 0,9% meiri hækkun en Fisher-vísitalan en í janúar 2009 mældi birta vísitalan 0,8% minni verðbreytingu. Að meðaltali árin 2002 til 2010 var fráviknið mjög lítið eða -0,01%.

Mynd 6. VNV og Fisher vísitala, ársbreyting í janúar

Figure 6. CPI and Fisher-index, annual rate of change in January



Niðurstaðan fyrir janúar 2009 kemur nokkuð á óvart þar sem vísitala neysluverðs sýnir minni breytingu sama hvort viðmiðið er notað. Yfirleitt er talið að ofmat fastgrunnsvísitalna sem byggja á útgjaldaskiptingu liðins tíma aukist þegar verðlag breytist hratt en hér virðist andstæð niðurstaða fást. Hafa má í huga að við grunnskiptin í apríl 2008 var enn nokkuð eðlilegt ástand í efnahagslífinu. Því var vægi liða á borð við bíla, stórra tómsundatækja og raftækja ekki lækkað sérstaklega. Vægi þeirra var því of hátt miðað við það sem raunin varð þegar leið á árið. Aftur á móti var vægi matar og drykkjar hlutfallslega of lágt. Verðlagsbreytingar yfir árið voru mismunandi eftir flokkum. Í janúar 2009 höfðu matar- og drykkjarvörur hækkað um 29,8% á tólf mánuðum en ferðir og flutningar ekki nema 16,5%. Á sama tíma hafði liðurinn tómsundir og menning hækkað um 11,6%.

Niðurstöðurnar gefa tilefni til frekari rannsókna

Niðurstöður þessarar athugunar á skekkju eða bjaga í vísitölu neysluverðs eru athyglisverðar og gefa tilefni til frekari rannsókna. Vandinn við athuganir sem þessar er sérstaklega sá að erfitt er að finna rétt viðmið fyrir samanburðinn. Mælikvarðarnir sem hér voru notaðir byggja á úrtaksgögnum með tiltölulega fáum þátttakendum á hverju ári. Því er viðbúið að frávikin megi skýra að hluta til með tilviljanakenndum sveiflum í útgjöldum og ber að hafa það í huga við túlkun niðurstaðna.

English summary

The Icelandic consumer price index (CPI) rose by 5.3% from October 2010 to October 2011. At the same time the CPI excluding housing rose by 5.0%.

Iceland is highly dependent on imports of consumer goods; almost 40% of the index's total weight consists of such goods. Prices of imported goods rose by 5.1% (effect on the index 1.93%) between October 2010 and October 2011. Thereof prices of petrol and diesel oil increased by 19.6% (0.99%).

Housing cost (actual and imputed rent in addition to maintenance cost) rose by 5.5% (1.08%) and prices of services increased by 4.6% (1.33%). Thereof prices of public services rose by 4.3% (0.33%) but of other services by 4.7% (1.0%).

The CPI was rebased in March 2011 using the outcome of the continuous household expenditure survey for the three preceding years, 2007–2009. In addition other sources have been used. They include data on car registration, data from airlines and travel agencies on volume changes in international flights and package trips and data on turnover in the retail markets available from public and private sources.

The main changes in the expenditure composition are in transport where the weight increased from 13.4% to 15.1%, following an increase in sales of new cars in the year 2010. The weight of housing, water and electricity increased from 22.5% to 24.1%. The weight of recreational and cultural expenses decreased from 11.1% in March 2010 to 10.3% in March 2011. The share of clothing went down from 6.7% to 6.0%.

Statistics Iceland conducted a study where an index based on a single year of results from the household expenditure survey was compared to the published index. The single year weights can be considered the actual expenditure pattern for each period albeit having a large standard error due to the small sample. The difference was on average +0.01% over the years 2000 – 2009. A Fisher index using single year weights was also compared to the official index. The findings were similar, that the difference was very small, -0.01% on average.

Tafla 2. Yfirlit um grunnskipti í mars 2011Table 2. *Rebasing the consumer price index in March 2011*

| Hlutfallsleg skipting Percentage breakdown | | Mars 2011 <i>March 2011</i> | |
|---|---|----------------------------------|--------------------------------|
| | | Eldri grunnur <i>Old base</i> | Nýr grunnur <i>New base</i> |
| | Vísitala neysluverðs <i>Consumer price index</i> | 100,0 | 100,0 |
| 01 | Matur og drykkjarvörur <i>Food and non-alcoholic beverages</i> | 15,1 | 14,6 |
| 011 | Matur <i>Food</i> | 13,5 | 13,1 |
| 0111 | Brauð og kornvörur <i>Bread and cereals</i> | 2,6 | 2,4 |
| 0112 | Kjöt <i>Meat</i> | 2,7 | 2,6 |
| 0113 | Fiskur <i>Fish</i> | 0,8 | 0,8 |
| 0114 | Mjólki, ostar og egg <i>Milk, cheese and eggs</i> | 2,5 | 2,4 |
| 0115 | Olíur og feitmeti <i>Oils and fats</i> | 0,2 | 0,3 |
| 0116 | Ávextir <i>Fruit</i> | 1,1 | 1,0 |
| 0117 | Grænmeti, kartöflur o.fl. <i>Vegetables including potatoes</i> | 1,2 | 1,2 |
| 0118 | Sykur, súkkulaði, sælgæti o.fl. <i>Sugar, jam, chocolate, etc.</i> | 1,5 | 1,5 |
| 0119 | Aðrar matvörur <i>Food products n.e.c.</i> | 0,9 | 0,8 |
| 012 | Drykkjarvörur <i>Non-alcoholic beverages</i> | 1,6 | 1,6 |
| 0121 | Kaffi, te og kakó <i>Coffee, tea and cocoa</i> | 0,3 | 0,4 |
| 0122 | Gosdrykkir, safar og vatn <i>Mineral waters, soft drinks and juices</i> | 1,2 | 1,2 |
| 02 | Áfengi og tóbak <i>Alcoholic beverages and tobacco</i> | 3,8 | 3,6 |
| 021 | Áfengi <i>Alcoholic beverages</i> | 2,3 | 2,2 |
| 022 | Tóbak <i>Tobacco</i> | 1,5 | 1,4 |
| 03 | Föt og skór <i>Clothing and footwear</i> | 6,4 | 6,0 |
| 031 | Föt <i>Clothing</i> | 5,5 | 5,1 |
| 032 | Skór <i>Footwear</i> | 0,9 | 0,9 |
| 04 | Húsnæði, hiti og rafmagn <i>Housing, water, electricity, gas and other fuels</i> | 23,0 | 24,1 |
| 041 | Greidd húsaleiga <i>Actual rentals for housing</i> | 2,9 | 2,9 |
| 042 | Reiknuð húsaleiga <i>Imputed rentals for housing</i> | 12,1 | 12,4 |
| 043 | Viðhald og viðgerðir á húsnæði <i>Regular maintenance</i> | 3,5 | 4,1 |
| 044 | Annað vegna húsnæðis <i>Other serv. relating to the dwelling</i> | 1,3 | 1,5 |
| 045 | Rafmagn og hiti <i>Electricity, gas and other fuels</i> | 3,2 | 3,2 |
| 0451 | Rafmagn <i>Electricity</i> | 1,8 | 1,7 |
| 0455 | Hiti <i>Hot water</i> | 1,4 | 1,5 |
| 05 | Húsgögn, heimilisbúnaður o.fl. <i>Furnishing and household equipment</i> | 6,8 | 6,6 |
| 051 | Húsgögn og heimilisbúnaður <i>Furniture, furnishings, etc.</i> | 2,8 | 2,9 |
| 052 | Vefnaðarvörur <i>Household textiles</i> | 0,4 | 0,4 |
| 053 | Raftæki <i>Electrical appliances</i> | 1,3 | 1,1 |
| 054 | Borðbúnaður, glös, eldhúsáhöld <i>Glassware, tableware, etc.</i> | 0,8 | 0,8 |
| 055 | Verkfæri og tæki fyrir hús og garð <i>Tools and equipment</i> | 0,3 | 0,3 |
| 056 | Ýmsar vörur og þjónusta <i>Goods and services</i> | 1,2 | 1,1 |
| 06 | Heilbrigðisþjónusta <i>Health</i> | 3,7 | 3,7 |
| 061 | Lyf og lækningavörur <i>Medical products, etc.</i> | 1,7 | 1,7 |
| 062 | Heilsugæsla <i>Out-patient services</i> | 1,9 | 2,0 |
| 07 | Ferðir og flutningar <i>Transport</i> | 13,8 | 15,1 |
| 071 | Kaup ökutækja <i>Purchase of vehicles</i> | 2,6 | 4,3 |
| 0711 | Bílar <i>Motor car</i> | 2,1 | 3,6 |
| 072 | Rekstur ökutækja <i>Operation of personal transp. equipm.</i> | 9,6 | 9,2 |
| 0721 | Varahlutir <i>Spare parts and accessories</i> | 1,5 | 1,3 |
| 0722 | Bensín og olíur <i>Fuels and lubricants</i> | 6,3 | 6,0 |

Tafla 2. Yfirlit um grunnskipti í mars 2011 (frh.)
 Table 2. Rebasng the consumer price index in March 2011 (cont.)

| Hlutfallsleg skipting Percentage breakdown | | Mars 2011 March 2011 | |
|---|--|---------------------------|-------------------------|
| | | Eldri grunnur Old base | Nýr grunnur New base |
| 0723 | Viðhald og viðgerðir <i>Maintenance and repairs</i> | 1,3 | 1,3 |
| 0724 | Annað vegna ökutækja <i>Other services</i> | 0,6 | 0,6 |
| 073 | Flutningar <i>Transport services</i> | 1,6 | 1,6 |
| 0732 | Flutningar á vegum <i>Passenger transport by road</i> | 0,4 | 0,3 |
| 0733 | Flutningar í lofti <i>Passenger transport by air</i> | 1,1 | 1,2 |
| 0734 | Flutningar á sjó <i>Passenger transport by sea</i> | 0,1 | 0,1 |
| 08 | Póstur og sími <i>Communications</i> | 3,9 | 3,9 |
| 0811 | Póstur <i>Postal services</i> | 0,1 | 0,1 |
| 0813 | Símaþjónusta <i>Telephone, telegraph and telefax serv.</i> | 3,6 | 3,6 |
| 09 | Tómstundir og menning <i>Recreation and culture</i> | 10,5 | 10,3 |
| 091 | Sjónvörp, myndbönd, tölvur o.fl. <i>Audiovisual instruments, etc.</i> | 1,5 | 1,7 |
| 092 | Tómstundir, stærri tæki o.fl. <i>Major durables for recreation and culture</i> | 0,8 | 0,7 |
| 093 | Tómstundavörur, leikföng o.fl. <i>Other recreational items</i> | 2,1 | 2,0 |
| 094 | Íþróttir, fjölmiðlun og happdrætti <i>Recreational and cultural services</i> | 3,2 | 3,1 |
| 095 | Blöð, bækur og ritföng <i>Newspapers, books and stationery</i> | 1,7 | 1,5 |
| 096 | Pakkaferðir <i>Package holidays</i> | 1,2 | 1,3 |
| 10 | Menntun <i>Educational services</i> | 0,9 | 1,0 |
| 11 | Hótel og veitingastaðir <i>Hotels, cafés and restaurants</i> | 4,9 | 4,5 |
| 111 | Veitingar <i>Catering</i> | 4,5 | 4,2 |
| 112 | Gisting <i>Accommodation services</i> | 0,4 | 0,3 |
| 12 | Aðrar vörur og þjónusta <i>Miscellaneous goods and services</i> | 7,1 | 6,6 |
| 121 | Snyrting og snyrtivörur <i>Personal care</i> | 3,2 | 3,0 |
| 122 | Skartgripir úr o.fl. <i>Personal effects n.e.c.</i> | 0,4 | 0,4 |
| 123 | Félagsleg þjónusta <i>Social protection</i> | 0,8 | 0,8 |
| 124 | Tryggingar <i>Insurance</i> | 1,2 | 1,2 |
| 125 | Fjármálaþjónusta ót.a.s. <i>Financial services n.e.c.</i> | 1,0 | 0,7 |
| 126 | Önnur þjónusta <i>Other services</i> | 0,5 | 0,5 |

Hagtiðindi **Verðlag og neysla**
Statistical Series ***Prices and consumption***

96. árg. • 60. tbl.

ISSN 0019-1078

2011:1

ISSN 1670-570X (prentútgáfa *print edition*) • ISSN 1670-5718 (rafræn útgáfa *PDF*)

Verð kr. *Price ISK* 1.300 • € 11

Umsjón *Supervision* Lára Guðlaug Jónasdóttir • lara.jonasdottir@hagstofa.is

Guðrún R. Jónsdóttir • gudrun.jonsdottir@hagstofa.is

Sími *Telephone* +(354) 528 1000

Bréfasími *Fax* +(354) 528 1099

© Hagstofa Íslands *Statistics Iceland* • Borgartúni 21a 150 Reykjavík Iceland

Öllum eru heimil afnot af ritinu. Vinsamlegast getið heimildar. *Please quote the source.*

www.hagstofa.is/hagtidindi www.statice.is/series