

# Kvalitetsvärderingsrapport 2016

*För information*

Denna PM beskriver de kvalitetsvärderingar som har gjorts i KPI mellan 2011 och 2016. Implicita kvalitetsindex (IQI) presenteras för att visa effekten kvalitetsvärderingar har på produktgrupper i KPI.

<b>1</b>	<b>BAKGRUND</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>SYFTE</b> .....	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>METOD</b> .....	<b>2</b>
3.1	IQI .....	2
<b>4</b>	<b>RESULTAT</b> .....	<b>2</b>
4.1	BEDÖMNINGSMÄSSIG KVALITETSVÄRDERING .....	2
4.1.1	<i>Underbyggd bedömningsmässig kvalitetsvärdering</i> .....	3
4.2	HEDONISKA METODER .....	3
4.3	MÅNADSKEDJNING .....	4
<b>5</b>	<b>DISKUSSION</b> .....	<b>4</b>
<b>6</b>	<b>REFERENSER</b> .....	<b>5</b>
<b>7</b>	<b>BILAGOR</b> .....	<b>6</b>

## 1 Bakgrund

Konsumentprisindex (KPI) ska mäta prisutvecklingen för den privata konsumtionen. Prisutvecklingen som skattas i KPI avser en konsumtionskorg som ska representera en konstant nytta. KPI ska bara visa på de prisförändringar som produkterna i korgen har, som om kvaliteten på produkterna vore oförändrad över tid. Att värdera kvalitetsskillnader mellan olika produkter, då dessa byts ut i korgen, är därför en central uppgift vid beräkning av KPI.

Kvalitetsvärderingar sker bara ifall en produkt byts ut ur konsumtionskorgen. Att en produkt behöver bytas i urvalet beror antingen på att den inte längre erbjuds på marknaden eller att försäljningen sker i sådan liten grad att en annan produkt bedöms vara mer representativ.

Ett flertal olika metoder används i KPI för att uppskatta skillnader i kvalitet vid byten av produkter. Att justera för ändrad kvalitet i samband med ett produktbyte innebär i praktiken att det observerade priset eller baspriset justeras med en faktor som motsvarar värdet i kronor av kvalitetsskillnaden.



Innehållet i denna PM liknar till stor del *Kvalitetsvärderingsrapport 2014* (Nilsson & Andersson, 2015) och *Kvalitetsvärderingsrapport 2015* (Bilius & Rafailovic 2016), men är uppdaterad med bland annat nya siffror för 2016 års produktion av KPI.

## 2 Syfte

Syftet med denna PM är att redovisa effekten kvalitetsvärderingar har på produktgrupper i KPI, samt informera om ändringar under 2016 av arbetssätt för kvalitetsvärderingar.

## 3 Metod

### 3.1 IQI

Ett sätt att visa på vilken effekt kvalitetsvärderingar har på KPI är att beräkna så kallade implicita kvalitetsindex (IQI). IQI beräknas enligt nedan:

$$IQI = \frac{\text{index utan kvalitetsjustering}}{\text{index med kvalitetsjustering}}$$

*Index med kvalitetsjustering* är de faktiska index som har använts i KPI under året. *Index utan kvalitetsjustering* är ett hypotetiskt index ifall det inte skulle ske några kvalitetsjusteringar i samband med produktbyten. IQI är ett mått på den effekt som kvalitetsvärderingen i produktbyten har på KPI på produktgruppsnivå. Förutsatt att den sanna kvalitetsvärdering i produktbytena estimeras korrekt, kan IQI även tolkas som kvalitetsutvecklingen för en viss produktgrupp.

Den årliga uppdateringen av urvalet innebär, i praktiken, att en implicit kvalitetsvärdering genomförs för många produkter. Denna överlappning bygger på ett implicit antagande om att prisskillnaden mellan den gamla och nya korgen är lika med kvalitetsskillnaden. Dessa implicita kvalitetsvärderingar görs under årsskiftet i samband med att en ny indexlänk beräknas. Effekten fångas därmed inte i IQI-analysen.

Till författarnas vetskap är Statistiska centralbyrån ensamma med att beräkna IQI som en kvot mellan index med och utan kvalitetsjusteringar. Det finns ingen manual på hur IQI ska beräknas. Med anledning av detta finns det en viss osäkerhet i hur *IQI* ska beräknas samt hur IQI ska tolkas.

IQI för huvudproduktgrupper redovisas under avsnitt 4 *Resultat*. IQI för samtliga produktgrupper listas i *bilaga 1*.

## 4 Resultat

### 4.1 Bedömningsmässig kvalitetsvärdering

För ett flertal produktgrupper i KPI skattas värdet av skillnaden i kvalitet mellan två produkter genom att en bedömning görs av antingen en intervjuare på plats i butik eller av personal på enheten för prisstatistik. I arbetet med att bedöma kvalitetsförändringar definieras respektive produkts kvalitetsegenskaper, för att sedan värdesätta dessa kvalitetsegenskaper i svenska kronor. En produkt ses i detta sammanhang som en sammansättning av olika kvalitetsegenskaper. Summan av värdet för kvalitetsskillnaderna blir sedan det totala beloppet som den nya varan kvalitetsjusteras med. Om en intervjuare

genomför en bedömning av skillnaden i kvalitet mellan produkter sker detta ofta i samråd med expediter på försäljningsstället.

Den bedömda kvalitetsförändringen för grupperna i tabell 1 nedan ligger i stort sett på samma nivå under de senaste åren.

*Tabell 1 – IQI för produktgrupper med bedömningsmässig kvalitetsvärdering*

Grupp	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Medel
Möbler	101,2	101,2	101,4	101,5	100,8	100,3	101,1
Hushållsapparater	105,7	103,1	103,0	102,2	103,3	104,8	103,7
Husgeråd	99,2	100,2	103,0	102,6	104,4	98,8	101,4
Verktyg	104,5	102,5	96,6	102,3	103,6	100,1	101,6
Hälso och sjukvård	100,0	102,1	100,4	100,7	109,4	102,6	102,5
Fordon och reservdelar	100,5	100,5	100,3	100,9	101,6	100,4	100,7
Hemelektronik	112,0	110,8	105,4	106,9	102,7	106,9	107,5

#### 4.1.1 Underbyggd bedömningsmässig kvalitetsvärdering

Under 2016 har ett nytt arbetssätt implementerats för kvalitetsvärderingar av hemelektronik. Från och med november har kvalitetsjusteringar av hemelektronik skett på prisenheten, istället för att intervjuare kvalitetsjusterar på plats i butik. Intervjuarna samlar fortfarande in majoriteten av all hemelektronik, men överlåter kvalitetsvärderingen till prisenheten. En grupp om 4 personer på prisenheten har tillsatts för att utföra kvalitetsvärderingar av hemelektronik. För varje produktbyte utförs det parallellt två oberoende kvalitetsvärderingar. Kvalitetsvärderingarna sker genom att jämföra två produktspecifikationer, och handläggaren har inte tillgång till priset på de två produkterna. I ett möte bestäms kvalitetsvärderingen som ska användas i produktionen utifrån de två parallella kvalitetsvärderingarna. Kvalitetsskillnader i produktbyten dokumenteras även i en tabell, där det bedömda värdet i kronor av olika kvalitetsskillnader framgår.

Med det nya arbetssättet kommer de bedömningsmässiga kvalitetsvärderingarna bli mer konsekventa eftersom värderingen är underbyggd från flertalet tidigare kvalitetsvärderingar. En annan fördel med att inte kvalitetsvärdera i butik, är att handläggaren nu har mer tid på sig att tillförskaffa sig mer information om produkterna.

Med hjälp av dokumentationen finns även möjlighet att följa utvecklingen av hemelektroniken på ett mer kontrollerat sätt än innan, och det finns bättre underlag för att upptäcka trender i teknisk utveckling.

#### 4.2 Hedoniska metoder

Hedonisk metod tillämpas för kvalitetsjusteringar av produktgrupperna kläder och skor. Metoden beräknar värdet av kvalitetsförändringen i en regressionsmodell där priset är en funktion av produktegenskaper.

Tabell 2 visar IQI för kläder och skor mellan 2011 och 2016. Både kläder och skor har ett medelvärde nära 100, vilket visar på att kvalitetsförändringen inom produktgrupperna i genomsnitt är oförändrade genom åren.

Tabell 2 – IQI för produktgrupper med hedoniska metoder

Grupp	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Medel
Kläder	99,7	100,1	100,6	99,4	99,6	99,7	99,9
Skor	99,9	102,0	100,1	100,5	101,9	101,7	101,0

### 4.3 Månadskedjning

För datorer, datortillbehör och mobiltelefoner används månadskedjning. Prisförändringar mellan två månader beräknas endast för de modeller som finns att prismäta under de båda månaderna. Månadsförändringar kedjas sedan tillbaka till december föregående år. Ibland benämns metoden för dessa produkter med MCR (Monthly Chaining and Resampling) men för SCB:s metod sker inte återurvalen fullständigt utan bara där produkten har sålts slut eller anses inte vara relevant längre.

Den här gruppen karaktäriseras av snabb teknisk utveckling och har därför ett IQI som i genomsnitt är högre än de andra produktgrupperna.

Tabell 3 - IQI för produktgrupper med Månadskedjning

Grupp	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Medel
Telefoner	105,2	113,8	115,3	121,1	118,7	117,1	115,2
Datorer	109,6	110,3	115,6	104,0	101,4	100,8	106,95
Datortillbehör	99,6	112,2	113,6	105,4	100,3	101,9	105,5

## 5 Diskussion

Implicita kvalitetsindex (IQI) visar effekten kvalitetsvärderingen har på produktgrupper i KPI. Man kan använda IQI som ett intern mått för att kontrollera och utvärdera på mikronivå de kvalitetsvärderingsmetoder som används. På makronivå är det möjligt att observera kvalitetsutveckling i produkturvalet över tid. För tillfället ser att IQI främst är ett internt mått. Om metoden för att framställa IQI automatiseras i framtiden, kan den användas i den månatliga produktion för att mikrogranska produktbyten.

För att utveckla och förbättra arbetet med kvalitetsvärderingar, mottager vi gärna förslag på hur IQI kan användas i produktionen av KPI.

## 6 Referenser

Nilsson, P., Andersson, C (2015) *Kvalitetsvärderingsrapport 2014*. Stockholm: PM till nämnden för KPI, SCB

Bilius, Å., Rafailovic, D (2016) *Kvalitetsvärderingsrapport 2015*. Stockholm: PM till nämnden för KPI, SCB

## 7 Bilagor

*Bilaga 1a – Implicita kvalitetsindex för produktgrupper med bedömningsmässig kvalitetsvärdering*

Namn Grupp	Namn Produktgrupp	2011	2012	2013	2014	2015	2016
DIVERSE VAROR EX ENERGI	BARNVAGN	102,2	107,1	117,1	104,1	110,6	116,5
DIVERSE VAROR EX ENERGI	BILBARNSTOL	99,4	101,1	101,7	100,0	99,7	103,4
DIVERSE VAROR EX ENERGI	FÄRGPATRON BLÄCKSTRÅLESKRIVARE	99,7	100,1	100,0	102,0	98,5	101,8
DIVERSE VAROR EX ENERGI	KOSMETIKA	101,9	98,0	100,1	99,7	102,5	99,5
DIVERSE VAROR EX ENERGI	RAKAPPARAT	97,8	107,3	98,7	105,8	106,3	116,6
DIVERSE VAROR EX ENERGI	SMYCKE	100,0	101,9	102,4	101,7	99,3	100,0
DIVERSE VAROR EX ENERGI	UR	103,7	100,4	100,3	105,7	100,4	102,5
FORDON&RESERVDELAR	BILDÄCK	100,1	101,1	100,1	100,6	100,3	100,5
FORDON&RESERVDELAR	BILTILLBEHÖR	100,4	100,7	100,3	99,8	100,5	100,1
FORDON&RESERVDELAR	CYKEL	100,8	101,5	101,2	102,6	102,1	98,4
FORDON&RESERVDELAR	NYA BILAR	100,5	100,3	100,2	100,1	101,9	100,5
HEMELEKTRONIK	DIGITALKAMERA	110,9	121,0	109,6	99,8	106,4	108,1
HEMELEKTRONIK	DVD-SPELARE	106,6	111,3	113,7	96,5	106,7	107,8
HEMELEKTRONIK	HEMMABIOPAKET	115,5	104,0	96,8	120,6	103,7	106,5
HEMELEKTRONIK	MP3-SPELARE	110,7	94,3	101,8	118,8	120,1	105,7
HEMELEKTRONIK	RADIO	101,1	98,1	120,4	103,9	102,4	94,5
HEMELEKTRONIK	STEREOPAKET	103,3	105,4	106,9	95,6	109,9	101,8
HEMELEKTRONIK	TV, LITEN	110,9	101,4	97,5	105,4	106,1	103,3
HEMELEKTRONIK	TV, STOR	113,7	111,5	104,6	111,6	99,5	107,3
HEMELEKTRONIK	VIDEOKAMERA	107,3	109,7	103,6	96,3	118,3	112,6
HUSGERÅD	BORDSKNIV	96,0	100,0	98,7	109,7	100,0	101,6
HUSGERÅD	DRICKSGLAS	110,8	96,7	104,7	99,3	103,6	94,2
HUSGERÅD	KAFFEKOPP	93,5	100,3	101,6	101,9	100,6	102,9
HUSGERÅD	KÖKSKNIV	99,2	102,0	103,5	103,1	112,5	95,7
HUSGERÅD	TALLRIK	97,7	100,5	103,9	103,0	99,8	101,2
HUSHÅLLSAPPARATER	DAMMSUGARE	102,2	106,0	107,2	102,5	102,3	107,7
HUSHÅLLSAPPARATER	DISKMASKIN	103,5	105,6	103,6	98,0	103,9	100,7
HUSHÅLLSAPPARATER	KAFFEBRYGGARE	102,6	102,4	105,5	102,2	103,1	107,7
HUSHÅLLSAPPARATER	KYL- OCH SVALSKÅP	100,9	104,7	103,3	101,2	102,5	100,9
HUSHÅLLSAPPARATER	MIKROVÅGSUGN	107,9	101,3	97,0	102,0	105,7	105,9
HUSHÅLLSAPPARATER	TVÄTTMASKIN	115,4	104,4	103,9	107,5	102,5	100,0
HUSHÅLLSAPPARATER	VATTENKOKARE	105,2	100,9	101,7	98,7	98,9	106,1
HÄLSO OCH SJUKVÅRD	GLASÖGON	100,0	101,0	100,0	100,8	111,2	103,1
HÄLSO OCH SJUKVÅRD	KONTAKTLINSER	100,0	107,7	102,7	100,0	100,0	100,0
MÖBLER	FÅTÖLJ	102,3	100,9	103,3	102,3	101,8	103,8
MÖBLER	HYLLOR OCH SKÅP	102,0	102,3	101,3	99,7	100,6	102,8
MÖBLER	MADRASS	89,2	100,0	99,3	99,8	97,0	100,5
MÖBLER	MATBORD	108,4	103,1	103,9	102,1	100,8	98,6
MÖBLER	MATTA	97,0	104,0	99,0	98,8	100,9	98,0
MÖBLER	SOFFA	99,3	100,1	100,4	104,9	103,5	100,0

MÖBLER	SPEGEL	103,9	104,9	100,4	99,0	96,5	99,6
MÖBLER	STOL OSTOPPAD SITS	102,1	93,4	104,0	103,3	99,7	97,8
MÖBLER	STOL STOPPAD SITS	102,0	100,2	101,6	99,1	97,7	100,3
MÖBLER	SÄNG	98,9	100,0	102,5	103,1	104,1	101,3
MÖBLER	TAKLAMPA	102,0	99,1	101,2	101,4	101,9	99,8
NÖJEN&KULTUR	FRILUFTSARTIKLAR	98,2	101,7	108,1	105,5	102,3	100,2
NÖJEN&KULTUR	LEKSAKER	101,3	104,3	100,0	97,7	103,4	95,4
NÖJEN&KULTUR	MUSIKINSTRUMENT	104,5	101,5	99,6	100,6	101,9	102,2
NÖJEN&KULTUR	SPORTARTIKLAR	100,3	103,8	105,8	109,3	107,9	110,1
TJÄNSTER EXKL BOENDE	DAGENS LUNCH, PERS,MATSAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
TJÄNSTER EXKL BOENDE	DAGENS LUNCH, RESTAURANG	100,1	99,8	101,2	100,3	100,5	99,5
TJÄNSTER EXKL BOENDE	HÄRKLIPPNING	100,0	100,9	100,0	100,0	100,0	100,0
TJÄNSTER EXKL BOENDE	KÖRSKOLEUTBILDNING	100,0	100,0	100,1	100,0	100,0	100,0
TJÄNSTER EXKL BOENDE	LOKALTRAFIK	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
VERKTYG	BORRMASKIN	104,0	102,7	97,1	101,9	101,2	107,7
VERKTYG	GRÄSKLIPPARE	101,1	102,9	99,5	100,3	108,0	97,8
VERKTYG	HAMMARE	107,9	102,0	93,8	104,4	100,0	98,2

*Bilaga 1b – Implicita kvalitetsindex för produktgrupper med hedoniska metoder*

Namn Grupp	Namn Produktgrupp	2011	2012	2013	2014	2015	2016
KLÄDER	STRUMPBYXOR	100,7	101,4	99,2	99,6	99,9	99,7
KLÄDER	DAMLÅNGBYXOR	99,4	100,4	101,9	97,8	101,3	99,1
KLÄDER	DAMKJOL	104,4	95,0	97,2	95,1	98,3	98,4
KLÄDER	KLÄNNING	93,1	97,7	100,3	96,9	104,3	101,6
KLÄDER	DAMKAPPA	99,0	100,0	102,0	99,1	93,2	99,9
KLÄDER	NATTLINNE	100,9	97,6	98,3	96,3	96,5	101,3
KLÄDER	DAMJUMPER	99,0	101,9	102,5	98,4	99,0	101,1
KLÄDER	DAMJACKA	95,5	103,4	100,3	97,8	99,2	99,0
KLÄDER	DAMKAJAJ	100,0	100,3	97,9	98,0	96,4	94,8
KLÄDER	DAMBLUS	103,0	101,7	104,6	96,9	100,3	97,6
KLÄDER	HANDSKAR	101,9	101,0	102,7	96,6	108,0	101,0
KLÄDER	HERRJACKA	97,8	97,3	99,1	99,0	98,4	93,8
KLÄDER	HERRPULLOVER	100,4	98,5	98,4	102,6	100,5	99,2
KLÄDER	HERRBYXOR	97,5	98,0	100,0	99,7	102,2	96,9
KLÄDER	HERRKAJAJ	107,0	99,6	94,2	98,4	100,8	99,4
KLÄDER	ÖVERROCK	103,4	100,5	103,8	97,3	100,7	100,4
KLÄDER	JEANS	99,1	101,2	98,4	100,8	101,6	100,2
KLÄDER	SKJORTA	101,3	100,6	100,5	102,9	99,3	100,7
KLÄDER	HERRSKINNJACKA	98,1	97,8	132,0	112,3	97,0	104,1
KLÄDER	BARNLÅNGBYXOR	102,1	97,5	97,4	99,0	100,0	100,4
KLÄDER	BARNTRÖJA	98,9	99,8	101,1	99,6	96,7	100,1
KLÄDER	SPARKBYXA	97,0	98,0	102,3	97,5	97,2	99,1
KLÄDER	Sportkläder	100,7	99,4	102,4	103,1	93,4	101,3
SKOR	HERRSKO, GRÖVRE	98,7	101,8	99,4	105,6	101,0	96,3
SKOR	TRÄSKOR	100,0	108,7	104,9	100,0	116,5	103,3

SKOR	DAMSTÖVLAR	95,9	102,7	96,5	105,7	101,1	101,1
SKOR	BARNSKOR	107,8	99,8	94,7	96,9	96,3	101,1
SKOR	GUMMISTÖVLAR	98,2	96,0	102,6	100,0	102,6	100,0
SKOR	DAMKÄNGOR	99,8	102,7	99,7	97,6	104,6	103,1
SKOR	HERRKÄNGOR	107,9	98,8	102,9	100,7	95,9	105,5
SKOR	BARNKÄNGOR	97,9	98,3	97,3	100,0	98,3	104,0
SKOR	HERRLÅGSKOR	100,3	101,0	99,8	99,1	95,9	100,2
SKOR	DAMSKOR	99,2	103,8	97,1	101,8	100,9	101,2
SKOR	SPORTSKOR	98,0	99,8	103,8	100,9	102,2	99,6

*Bilaga 1c – Implicita kvalitetsindex för produktgrupper med Månadskedjning*

Grupp	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Medel
Telefoner	105,2	113,8	115,3	121,1	118,7	117,1	115,2
Datorer	109,6	110,3	115,6	104	101,4	100,8	106,95
Datorillbehör	99,6	112,2	113,6	105,4	100,3	101,9	105,5

*Bilaga 2a - Antal produktbyten för bedömningsmässiga kvalitetsvärderingar 2016*

Namn Grupp	Namn Produktgrupp	Totalt antal priser	Bättre	Sämre	Lika	Totalt antal byten	Andel byten
DIVERSE VAROR EX ENERGI	BARNVAGN	252	12	3	8	23	9,13%
DIVERSE VAROR EX ENERGI	BILBARNSTOL	359	3	1	5	9	2,51%
DIVERSE VAROR EX ENERGI	FÄRGPATRON BLÄCKSTRÅLESKRIVARE	407	3	1	10	14	3,44%
DIVERSE VAROR EX ENERGI	KOSMETIKA	1165	3	3	3	9	0,77%
DIVERSE VAROR EX ENERGI	RAKAPPARAT	183	6	1	7	14	7,65%
DIVERSE VAROR EX ENERGI	SMYCKE	396	0	0	6	6	1,52%
DIVERSE VAROR EX ENERGI	UR	548	4	3	16	23	4,20%
FORDON&RESERVDELAR	BILDÄCK	1247	0	1	7	8	0,64%
FORDON&RESERVDELAR	BILTILLBEHÖR	1285	2	1	4	7	0,54%
FORDON&RESERVDELAR	CYKEL	917	14	8	14	36	3,93%
FORDON&RESERVDELAR	NYA BILAR	4620	139	38	25	202	4,37%
HEMELEKTRONIK	DIGITALKAMERA	828	32	14	26	72	8,70%
HEMELEKTRONIK	DVD-SPELARE	456	20	9	14	43	9,43%
HEMELEKTRONIK	HEMMABIOPAKET	199	7	3	3	13	6,53%
HEMELEKTRONIK	MP3-SPELARE	338	8	4	1	13	3,85%
HEMELEKTRONIK	RADIO	234	4	3	10	17	7,26%
HEMELEKTRONIK	STEREOPAKET	445	7	5	12	24	5,39%
HEMELEKTRONIK	TV, LITEN	258	6	4	13	23	8,91%
HEMELEKTRONIK	TV, STOR	516	32	25	23	80	15,5%



HEMELEKTRONIK	VIDEOKAMERA	486	32	13	13	58	11,9%
HUSGERÅD	BORDSKNIV	255	2	0	3	5	1,96%
HUSGERÅD	DRICKSGLAS	402	1	4	13	18	4,48%
HUSGERÅD	KAFFEKOPP	878	8	8	18	34	3,87%
HUSGERÅD	KÖSKNIV	392	1	3	5	9	2,30%
HUSGERÅD	TALLRIK	1589	12	11	32	55	3,46%
HUSHÅLLSAPPARATER	DAMMSUGARE	877	18	10	22	50	5,70%
HUSHÅLLSAPPARATER	DISKMASKIN	633	14	8	15	37	5,85%
HUSHÅLLSAPPARATER	KAFFEBRYGGARE	858	23	13	28	64	7,46%
HUSHÅLLSAPPARATER	KYL- OCH SVASKÅP	633	10	6	17	33	5,21%
HUSHÅLLSAPPARATER	MIKROVÅGSUGN	676	18	10	20	48	7,10%
HUSHÅLLSAPPARATER	TVÄTTMASKIN	1290	24	30	41	95	7,36%
HUSHÅLLSAPPARATER	VATTENKOKARE	1004	23	16	36	75	7,47%
HÄLSO OCH SJUKVÅRD	GLASÖGON	424	1	0	3	4	0,94%
HÄLSO OCH SJUKVÅRD	KONTAKTLINSER	85	0	0	1	1	1,18%
MÖBLER	FÄTÖLJ	490	11	4	11	26	5,31%
MÖBLER	HYLLOR OCH SKÅP	888	8	7	14	29	3,27%
MÖBLER	MADRASS	222	1	0	0	1	0,45%
MÖBLER	MATBORD	527	4	7	7	18	3,42%
MÖBLER	MATTA	915	12	16	30	58	6,34%
MÖBLER	SOFFA	1004	13	12	28	53	5,28%
MÖBLER	SPEGEL	407	3	5	7	15	3,69%
MÖBLER	STOL OSTOPPAD SITS	538	4	6	8	18	3,35%
MÖBLER	STOL STOPPAD SITS	527	7	3	15	25	4,74%
MÖBLER	SÄNG	971	5	4	3	12	1,24%
MÖBLER	TAKLAMP	648	5	2	15	22	3,40%
NÖJEN&KULTUR	FRILUFTSARTIKLAR	290	3	6	13	22	7,59%
NÖJEN&KULTUR	LEKSAKER	1517	13	16	67	96	6,33%
NÖJEN&KULTUR	MUSIKINSTRUMENT	149	1	0	4	5	3,36%
NÖJEN&KULTUR	SPORTARTIKLAR	985	46	31	56	133	13,5%
TJÄNSTER EXKL BOENDE	DAGENS LUNCH, PERS,MATSAL	227	0	0	0	0	0%
TJÄNSTER EXKL BOENDE	DAGENS LUNCH, RESTAURANG	1453	3	4	21	28	1,93%
TJÄNSTER EXKL BOENDE	HÄRKLIPPNING	407	0	0	1	1	0,25%
TJÄNSTER EXKL BOENDE	KÖRSKOLEUTBILDNING	588	0	0	0	0	0%
TJÄNSTER EXKL BOENDE	LOKALTRAFIK	1020	0	0	0	0	0%
VERKTYG	BORRMASKIN	554	7	5	7	19	3,43%
VERKTYG	GRÄSKLIPPARE	969	9	8	21	38	3,92%
VERKTYG	HAMMARE	343	1	3	8	12	3,50%

*Bilaga 2b - Antal produktbyten för hedoniska kvalitetsvärderingar 2016*

Namn Grupp	Namn Produktgrupp	Totalt antal priser	Totalt antal byten	Andel byten
KLÄDER	STRUMPBYXOR	2020	66	3,27%
KLÄDER	DAMLÅNGBYXOR	2164	473	21,86%
KLÄDER	DAMKJOL	1236	319	25,81%
KLÄDER	KLÄNNING	2287	712	31,13%
KLÄDER	DAMKAPPA	517	133	25,73%
KLÄDER	NATTLINNE	476	72	15,13%
KLÄDER	DAMJUMPER	6054	1386	22,89%
KLÄDER	DAMJACKA	1313	387	29,47%
KLÄDER	DAMKAJAJ	652	109	16,72%
KLÄDER	DAMBLUS	1433	339	23,66%
KLÄDER	HANDSKAR	722	70	9,70%
KLÄDER	HERRJACKA	2618	624	23,83%
KLÄDER	HERRPULLOVER	2539	412	16,23%
KLÄDER	HERRBYXOR	1745	190	10,89%
KLÄDER	HERRKAJAJ	1222	188	15,38%
KLÄDER	ÖVERROCK	460	86	18,70%
KLÄDER	JEANS	3555	320	9,00%
KLÄDER	SKJORTA	1931	249	12,89%
KLÄDER	HERRSKINNJACKA	482	65	13,49%
KLÄDER	BARNLÅNGBYXOR	727	104	14,31%
KLÄDER	BARNTRÖJA	1182	261	22,08%
KLÄDER	SPARKBYXA	650	83	12,77%
KLÄDER	Sportkläder	3073	565	18,39%
SKOR	HERRSKO, GRÖVRE	813	113	13,90%
SKOR	TRÄSKOR	404	8	1,98%
SKOR	DAMSTÖVLAR	507	87	17,16%
SKOR	BARNSKOR	360	36	10,00%
SKOR	GUMMISTÖVLAR	673	40	5,94%
SKOR	DAMKÅNGOR	950	178	18,74%
SKOR	HERRKÅNGOR	1286	189	14,70%
SKOR	BARNKÅNGOR	391	65	16,62%
SKOR	HERRLÅGSKOR	979	92	9,40%
SKOR	DAMSKOR	1217	142	11,67%
SKOR	SPORTSKOR	2727	368	13,49%

*Bilaga 2c* - Antal produktbyten för kvalitetsvärderingar med månadsskedjning 2016

Namn Produktgrupp	Totalt antal priser	Totalt antal byten	Andel byten
Telefoner	2842	300	10,56%
Datorer	1815	390	21,49%
Datortillbehör	1107	111	10,03%