

Vikter för distansköp

För information/diskussion

En kartläggning har gjorts av möjliga källor som kan användas för att justera KPI:s vikter för hushållens distansköp (främst e-handel). Både sådana köp som sker inom Sverige och sådana som sker mellan länder. Denna rapport sammanfattar resultaten från kartläggningen. SCB överväger att till 2018 justera vikterna enligt beskrivningen i denna PM samt starta upp nya prismätningar för de områden som bedöms vara av högst prioritet. Nämnden ges möjlighet att komma med synpunkter på de beskrivna förändringarna.

INNEHÅLL

| | | |
|----------|-------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1 | BAKGRUND | 1 |
| 1.1 | KPI-UTREDNINGEN (SOU 1999:124) OM "INTERNATIONALISERAD KONSUMTION"..... | 2 |
| 1.2 | DISKUSSION OM E-HANDEL I KPI-NÄMNDEN..... | 2 |
| 1.3 | UPPDATERAD REKOMMENDATION FRÅN EUROSTAT..... | 3 |
| 1.4 | PROJEKT OM VIKTER 2016-2017..... | 3 |
| 2 | SYFTE OCH AVGRÄNSNING | 4 |
| 3 | DISTANSHANDEL INOM SVERIGE | 4 |
| 3.1 | VAROR..... | 4 |
| 3.2 | TJÄNSTER..... | 6 |
| 4 | HUSHÅLLENS DISTANSKÖP ÖVER LANDSGRÄNSER | 7 |
| 4.1 | TÄNKBARA KÄLLOR FÖR VIKTER..... | 9 |
| 5 | SAMMANFATTNING | 11 |
| 6 | FRAMTIDEN | 12 |
| | REFERENSER | 13 |

1 Bakgrund

Digitaliseringen har fått betydande konsekvenser för världens ekonomier. En kraftigt växande distanshandel, både inrikes och mellan länder, är en aspekt av detta. Mått på den allmänna prisutvecklingen såsom svenska KPI måste i ljuset av detta kontinuerligt se över principer om täckning och metoder för viktberäkningar för att säkerställa sin relevans även i framtiden.



1.1 KPI-utredningen (SOU 1999:124) om ”internationaliserad konsumtion”

KPI-utredningen (SOU 1999:124) diskuterar hanteringen av distanshandel utifrån *domestic*-principen. *Domestic*-principen innebär att bara inkludera konsumtion inom landets gränser, oavsett om konsumenten är bosatt i landet eller ej. *Domestic*-principen brukar ofta i konceptuella diskussioner kontrasteras mot *national*-principen, vilket innebär att i index inkludera allt det som ett lands permanent bosatta innevånare konsumerar, oavsett om det sker inom landets gränser eller utomlands.

Utredningen slår fast att det huvudsakliga användningsområdet för KPI är för kompensationsändamål, dvs för priskompenserande inkomstöverföringar mm. Givet detta huvudsyfte vore det bästa att inkludera all konsumtion som svenska hushåll står för.

För Sveriges del skulle det dock innebära praktiska svårigheter att tillämpa *national*-principen för KPI. Att dra urval, samla in priser och beräkna vikter för utlandskonsumtion har bedömts vara kostsamt och svårt. Därför räknar Sverige KPI och HIKP enligt *domestic*-principen.

Författarna till utredningen såg när den skrevs i slutet av 1990-talet inget omedelbart behov av att ompröva den rådande *domestic*-principen, men underströk att det mot bakgrund av den allt mer internationaliserade konsumtionen (distansköp såväl som via turism) kan ”finnas anledning att efter en tid överväga förändringar av beräkningsgrunder i detta avseende”, dvs se över *domestic* principen. Utredningen anger vidare att ”behovet av en sådan utvidgning bör bedömas av SCB och Nämnden för konsumentprisindex”.

1.2 Diskussion om e-handel i KPI-nämnden

E-handel har tidigare behandlats i KPI-nämnden. Följande beslut har fattats:

- Frakt- och fakturaavgift ska inkluderas i prismätning av e-handel. (protokoll från möte 208, år 2000)
- För tågresor beslutades att när nya försäljningskanaler börjar prismätas, ska införandet ske vid årsskiftet. När försäljningskanalerna existerat sida vid sida med samma pris och därefter en differentiering av priset skett, så skall de traditionella och ännu dominerande kanalerna anses vara de som prismätningen avser. (protokoll från möte 216, år 2002)

På KPI-nämndens sammanträde nr 251 (2014-10-16) var dessutom e-handel med som en diskussionspunkt. Nämnden rådfrågades om följande:

- *Vad anser nämnden om Eurostats rekommendation att prismäta e-handel där säljaren finns utomlands?*

Nämndens ledamöter argumenterade både för och emot att följa Eurostats rekommendation. Någon ledamot ansåg att prisenheten bör följa Eurostats rekommendation och svårigheter får hanteras så gott det går. En annan ledamot ansåg att prisenheten inte måste följa Eurostats rekommendation, då det fanns klara problem med det praktiska genomförandet och hur gränser ska dras.

- *KPI-utredningen öppnar för att ompröva ”domestic”-principen, mot bakgrund av en alltmer internationaliserad handel. Anser nämnden att prisenheten bör utreda denna fråga vidare?*

Ledamöternas åsikt var delade huruvida *domestic*-principen bör omprövas. Någon

ledamot tillstod att det vore viktigt att försöka fånga utlandskonsumtion, men undrade samtidigt vad den skulle ersättas med. En annan ledamot såg ingen anledning att ompröva nuvarande princip.

Utöver detta har givetvis diskussioner förts under åren där enskilda ledamöter uttryckt synpunkter på hanteringen av e-handel.

1.3 Uppdaterad rekommendation från Eurostat

I slutet på 2016 godkände medlemsländerna en uppdaterad rekommendation om distanshandel över gränserna från den europeiska statistikmyndigheten Eurostat (Eurostat 2016). Medlemsländerna rekommenderas att börja tillämpa denna från och med undersökningsåret 2018. Rekommendationens huvudpunkter är följande:

Recommendation 1: Purchase of goods

The expenditure and the prices for goods purchased through the internet shall be recorded in the HICP of the country where the goods are delivered.

Recommendation 2: Purchase of services of a tangible nature

The expenditure and the prices for services of a tangible nature purchased through the internet shall be recorded in the HICP of the country where the services are provided.

Recommendation 3: Purchase of digital services

The expenditure and the prices for digital services (telecommunication, broadcasting and electronic services) shall be recorded in the HICP of the country where the consumer usually resides.

Recommendation 4: Extra costs

The price to be recorded should be the full price, including any compulsory additional costs, provided that these costs can be attributed solely to the purchase of the product concerned.

Recommendation 5: Other distance purchases

The expenditure and prices for other distance purchases, for example by phone or mail order, shall be treated in the same way as internet purchases with regard to extra costs and for determining the country where expenditure and prices shall be accounted for.

Suggested implementation:

From January 2018 onwards.

Källa: Eurostat 2016

Rekommendationerna gäller för Harmoniserat index för konsumentpriser (HIKP), men förefaller välvägda och bedöms innebära en förbättring även för svenska KPI, givet att det huvudsakliga användningsområdet är kompensation.

1.4 Projekt om vikter 2016-2017

På prisenheten pågår under 2016-2017 ett projekt som syftar till att förbättra viktberäkningarna, bland annat genom att titta på standardisering av kalkyler och principer för beräkningarna såsom prisuppdateringar. En del i projektet är också att titta på förbättrad

hantering av vikter för distanshandel. Följande aktiviteter listas i projektbeställningen:

- *Förbättra viktberäkningar och undersöka vilka källor som kan/ska tillämpas för att avgöra e-handelns omsättningsandel. Dokumentera dessa principer.*
- *Utreda hur vi kan få viktunderlag för tillämpning av internhandel i utlandet. Se över om vi möter principerna för HIKP (t.ex. domestic vs national).*

Källa: projektbeställningsdokumentet för projektet ”Vägningstal och vikter i KPI”

Projektet är till största delen finansierat av den europeiska statistikmyndigheten Eurostat.

2 Syfte och avgränsning

I denna pm ligger fokus främst på att rapportera om det arbete som gjorts inom viktprojektet relaterat till distanshandel. Syftet är att informera och ge nämnden möjlighet att komma med synpunkter på de förändringar som SCB överväger, dvs

- Implementerandet till 2018 av principen kring distanshandel som rekommenderas av Eurostat när det gäller konsumtion över gränser.
- Prisenhetens aktiviteter för att förbättra viktberäkningarna kring distanshandel i KPI.

Ytterligare frågor när det gäller distanshandel, såsom hur urval och prismätning ska göras för distansköp utomlands, behandlas inte i denna pm. Inte heller den större principiella frågan om valet mellan *domestic* och *national* utreds närmare.

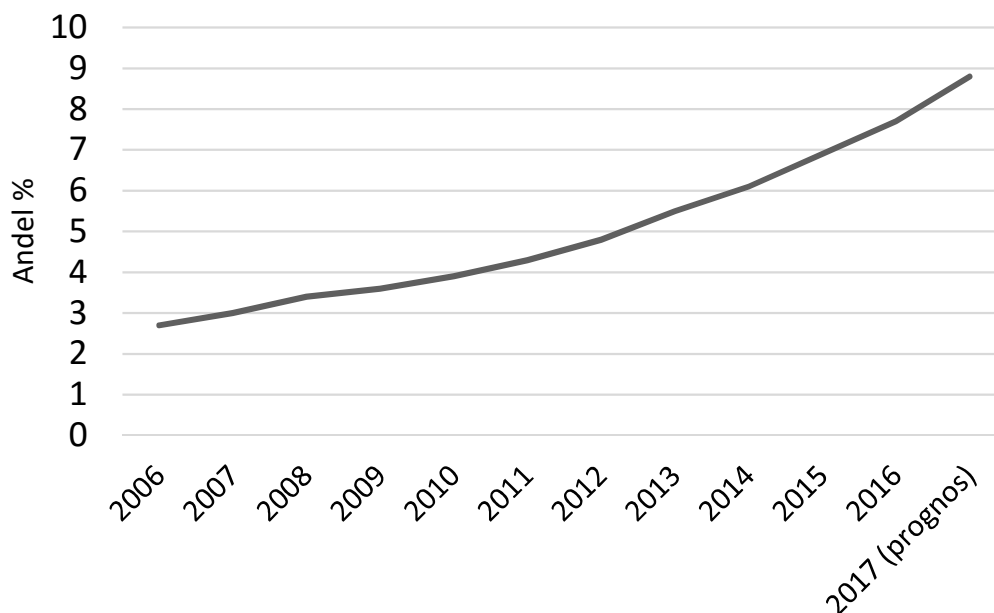
3 Distanshandel inom Sverige

3.1 Varor

Till följd av ett projekt under 2014 allokerades KPI:s butiksurval inför undersökningsåret 2015 i enlighet med fördelningen mellan e-handel och annan handel från publikationen ”E-barometern” (Handelns Utredningsinstitut, HUI).

Försäljningskanalens relativa tillväxttakt sett som en andel av den totala omsättningen för detaljhandeln har därefter fortsatt utan att visa några tecken på att avta.

Diagram 1. E-handelns del av totala detaljhandelns omsättning



Källa: E-barometern (PostNord et al 2017a)

E-handeln är helt uppenbart något som KPI fortsatt måste försöka fånga på ett bra sätt. Inom några viktiga varukategorier ser tillväxten av e-handeln mätt som försäljningskanalens andel av den total detaljhandelsomsättning ut så här.

Tabell 1. Andel e-handel inom respektive varukategori

| <i>Benämning</i> | <i>2014</i> | <i>2015</i> | <i>2016</i> |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Kläder och skor | 12% | 13% | 14% |
| Hemelektronik | 23% | 23% | 26% |
| Böcker och media | u.s. | u.s. | u.s. |
| Bygghandel | 6% | 7% | 9% |
| Möbler och heminredning | 3% | 4% | 5% |
| Sport och fritid | 6% | 7% | 9% |

u.s. = utan skattning

E-barometern (PostNord et al 2017a, 2017b och 2017c)

Från och med mitten på 2017 kommer dock SCB tillsammans med Handelsutredningsinstitutet (HUI) ta fram en ny statistikprodukt, benämnd *e-handelsindex*. Syftet med detta index är att mäta omsättningen hos e-handelsföretag som är momsregistrerade i Sverige. Omsättningsandelar för breda varukategorier kommer kunna tas fram som en biprodukt. De varukategorier som andelar kommer finnas för återfinns i tabell 2.

Tabell 2. Varukategorier inom e-handelsindex

| |
|----------------------------------------------------|
| Detaljhandel med brett sortiment |
| Detaljhandel med livsmedel |
| Detaljhandel elektronik och vitvaror |
| Detaljhandel med böcker och mediavaror |
| Detaljhandel med beklädnadsvaror |
| Detaljhandel med sport och fritid |
| Detaljhandel med leksaker |
| Detaljhandel med heminredning och möbler |
| Detaljhandel med järnhandels-, bygg- och VVS-varor |
| Detaljhandel med övriga varor |

En fördel med att använda SCB:s egna data istället för externa källor är möjligheten till att snabbare få relevant information vid t.ex. förändringar i metoder och en bättre kontroll över statistikens kontinuitet. Omsättningsandelar kommer också erhållas för fler varukategorier än tidigare (jämför tabell 1 och tabell 2). Eftersom syftet med e-handelsindex inte är att ta fram några statistiskt säkra viktandelar bör resultatet dock, innan det används, stämmas av mot de externa branschrapporter.

Dessa andelar används sedan som en sorts miniminivå för hur stor del av produkterbjudandena som kan samlas in via internet. En högre andel produkterbjudanden kan av kostnadsskäl samlas in via internet om det kan konstateras att prisutvecklingen på nätet är representativ för den ute i butik. T.ex. om butiken uppger att de har samma priser i butiken som på internet.

3.2 Tjänster

För e-handlade tjänster har vi inte lyckats hitta andelar som avser *enbart inrikes* konsumtion per produktkategori, men en rapport från DIBS Payment Services innehåller skattade belopp för svenska hushålls distansköp avseende både inrikes och utrikes, *sammantalet* per produktkategori. Företaget tillhandahåller betallosningar för e-handel i ett flertal länder och ger årligen ut rapporten "NORDIC E-COMMERCE". En källa till resultaten i rapporten är YouGov som har intervjuat ca 5000 personer under årets andra kvartal. Yougov är ett marknadsundersökningsföretag som arbetar med webbpaneler. Yougov tillämpar aktiv rekrytering till panelen genom ett kvoturval, men i viss mån förekommer självrekrytering. YouGov uppger att de särskilt granskar svaren från de som är självrekryterade.

I egenskap av betalkortsföretag bygger DIBS Payment Services även sina beräkningar på transaktionsdata. Bedömningar från branscheexperter ligger också till grund för resultaten.

Tabell 3 nedan visar den skattade konsumtionen för olika tjänster jämfört med närmast motsvarande konsumtionsbelopp för KPI:s produktgrupper. Observera alltså att beloppen från DIBS-rapporten täcker inrikes och utrikes konsumtion som svenska hushåll står för, medan KPI:s belopp avser konsumtion i Sverige, oavsett vilket land hushållet är bosatt i.

I DIBS-rapporten inkluderas t.e.x sådan tjänstekonsumtion där själva konsumtionstillfället äger rum utomlands, t.ex. en hotellövernattning i Tyskland eller en flygresor från Kastrup till

New York. Sådan är inte med i KPI idag och ska inte heller vara med enligt Eurostat-rekommendationen.

För telekom haltar jämförelsen eftersom detta är en produkttyp där konsumenten i regel tecknar ett abonnemang som sedan löper på kontinuerligt. Konsumenten betraktar troligen inte en återkommande telefaktura som "e-handel", även om beställningen ursprungligen gjordes på nätet. Detta är en förmodad anledning till skillnaden mellan KPI:s och DIBS belopp.

Tabell 3. Konsumtionsbelopp från KPI jämfört med DIBS Payment Services (miljarder SEK)

| <i>Tidpunkt</i> | <i>2016</i> | <i>2015</i> | |
|-------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Källa</i> | <i>Rapport från DIBS Payment Services</i> | <i>Konsumtionsbelopp KPI</i> | |
| <i>Täckning</i> | <i>Utrikes+inrikes konsumtion via e-handel</i> | <i>Inrikes konsumtion för alla försäljningskanaler</i> | <i>Produktgrupper som KPI:s konsumtionsbelopp baseras på</i> |
| Paketresor | 17,7 | 20,3 | Paketresor |
| Flygbiljetter | 16,9 | 14,7 | Utrikes och inrikes flygresor |
| Hotell | 11 | 11,5 | Hotellrum vardag, hotellrum veckoslut, stugbyvistelse |
| Tåg och buss | 2,6 | 7,4 | Järnvägsresor, långfärdsbuss |
| Hyrbil | 1,2 | 4,5 | Biluthyrning |
| Taxi | 0,5 | 6,4 | Taxi |
| Onlinespel ("gambling") | 4,1 | 18,7 | Lotteri, tips toto |
| Onlinebiljetter | 3,5 | 18,2 | Biljetter till teater, bio, idrottstävling och nöje |
| Telecom | 1,2 | 40,0 | Mobiltelefoni, fasta nättjänster |
| Digital media | 1,1 | 17,3 | DVD-film, CD-skiva, TV- och dataspel samt TV-, film- och musiktjänster |
| Medlemskap | 0,9 | - | Motsvaras inte av någon produktgrupp, finns däremot delvis inom motionsutövning. |
| Utbildning & kurser | 0,6 | 2,6 | Privat utbildning |
| Erotik | 0,4 | - | Saknas i KPI |
| Parkering | 0,3 | 3,8 | Parkeringsavgifter |

Resultaten i rapporten från DIBS Payment Services måste därför kombineras med andra källor innan en mer adekvat skattning kan göras. Mer om detta i kommande avsnitt.

4 Hushållens distansköp över landsgränser

Den huvudsakliga källan för dagens KPI-vikter kommer från SCB:s nationalräkenskaper och mer specifikt den delen av hushållens konsumtion som är ändamålsfördelad enligt klassificeringen COICOP. Nationalräkenskaperna kan dock inte fördela hela hushållens konsumtion enligt COICOP utan bara den del som sker inom Sverige. Svenska hushålls konsumtion i utlandet redovisas separat utan nedbrytning.

Nationalräkenskaperna vill även räkna bort den del av hushållskonsumtion i Sverige som utländska hushåll står för (t.ex. genom turism eller att ett utländskt hushåll distansköper en vara från ett företag i Sverige). Denna del kan inte heller brytas ned enligt COICOP utan redovisas i en separat minuspost.

Produktkorgen för KPI har, som tidigare nämnts, av främst praktiska skäl definierats enligt *domestic*-principen, d.v.s. vikter och prismätningar fångar den konsumtion som sker inom det svenska ekonomiska territoriet oavsett om det är ett svenskt eller utländskt hushåll som konsumerar. Huvudsyftet med HIKP, dvs att utgöra underlag för penningpolitiska beslut och som mått på konvergenskriteriet *prisstabilitet*, är ett annat än för KPI. För detta syfte är *domestic*-principen önskvärd även utifrån teoretisk synvinkel.

Enligt Eurostats rekommendationer om hantering av gränsöverskridande handel är grundprincipen fortfarande *domestic*. Däremot preciserar rekommendationerna hur principen ska tolkas när det gäller distanshandel över gränser. KPI:s vikter inkluderar idag inte distansköp till och från utlandet, vilket därmed innebär en avvikelse jämfört med rekommendationen. Täckningsmässigt kan det antingen handla om över- eller undertäckning beroende på om nettot av svenska hushålls distansköp utomlands minus utländska hushålls distansköp i Sverige är positivt eller negativt.

Med utgångspunkt från dagens huvudsakliga viktkälla, dvs nationalräkenskaperna, sammanfattar nedanstående tabell de förändringar som behöver göras från 2018. I korthet handlar det om att prisenheten vid framtagningen av produktkorgen justerar konsumtionsbeloppen med delar av hushållens konsumtion i utlandet och utländska hushålls konsumtion i Sverige.

Tabell 4. Sammanfattande tabell som beskriver de förändringar som görs 2018 i KPI:s vikter

| Hushållens konsumtion enligt NR | | | Användning i KPI:s vikter | | |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------|
| COICOP-grupp | Benämning | | Användning i KPI-vikten idag? | Användning/justering från 2018 | |
| 1-12 | Inrikes hushållskonsumtion (oavsett om det är utländskt eller svenskt hushåll som köpt) | | Ja | Ja används | |
| 15 | Svenska hushållskonsumtion i utlandet | Distanshandel | Varor som köps på internet/postorder från utlandet och levereras till Sverige | Nej, läggs inte till | Ja, portioneras ut på COICOP-grupperna 1-12 |
| | | | Digitala tjänster (downloads, streaming etc) | Nej, läggs inte till | Ja, portioneras ut på COICOP-grupperna 1-12 |
| | | | Icke-digitala tjänster som köps på internet/postorder men utförs i utlandet (hotell, konsert etc.) | Nej, läggs inte till | Nej, läggs inte till |
| | | Svenska turisternas konsumtion i utlandet | | Nej, läggs inte till | Nej, läggs inte till |
| 16 | Utländsk hushållskonsumtion i Sverige (minuspост i BNP) | Distanshandel | Varor som köps på internet/postorder från Sverige och levereras till utlandet | Nej, dras inte ifrån | Ja, dras ifrån COICOP-grupperna 1-12 |
| | | | Digitala tjänster (streaming, downloads etc) | Nej, dras inte ifrån | Ja, dras ifrån COICOP-grupperna 1-12 |
| | | | Icke-digitala tjänster som köps på internet/postorder men utförs i Sverige (hotell, konsert etc.) | Nej, dras inte ifrån | Nej, dras inte ifrån |
| | | Utländska turisternas konsumtion i Sverige | | Nej, dras inte ifrån | Nej, dras inte ifrån |

4.1 Tänkbara källor för vikter

Vilka källor kan då användas för att få fram konsumtionsbelopp för justeringen? I det projekt kring e-handel som bedrevs på prisenheten 2014 identifierades bland annat SCB:s hushållsbudgetundersökning "Hushållens utgifter" (HUT) som ett alternativ. Tanke vore då att lägga in en extrafråga, t.e.x. "ungefär hur stor andel av inköpsbeloppet på x gjordes via distans från utlandet?".

Detta skulle dock bara lösa en delen av problemet. Det skulle härifrån knappast gå att dra några säkra slutsatser om utländska hushålls konsumtion i Sverige. Ett radikalt grepp vore att för KPI byta princip från *domestic* till *national* och därmed huvudsaklig viktälla till HUT:en eftersom denna följer *national*-principen. Detta alternativ blir dock mindre tilltalande när man betänker de höga bortfallsandelar som HUT-undersökningen (precis individundersökningar generellt) dras med. Viktberäkningarna skulle då också bli mer tidskrävande eftersom viktbelopp enligt *domestic* skulle fortsätta behöva räknas för HIKP:s räkning.

Med HUT-undersökningens höga bortfallsandelar blir det också svårare att plocka in ytterligare dimensioner i blanketten. Andra europeiska länder har provat att lägga till den här

typen av extrafråga, men resultatet har dessvärre inte varit alltför upplyftande, bl.a. misstänkt låga andelar i produktkategorier där e-handeln borde vara mer förekommande och misstänkt höga andelar i kategorier där det knappast borde förekomma (t.ex. frisörer).

Externa aktörer sammanställer rapporter om distansköp utomlands, dels PostNord och dels som tidigare nämnts DIBS Payment Services.

PostNords rapport "E-handeln i Norden" bygger på konsumenternas egen uppskattning om hur mycket de handlar för. Marknadsundersökningsföretaget Kantar SIFO (tidigare TNS SIFO) har på uppdrag av PostNord frågat en webbpanel av internetanvändare (19 122 respondenter i undersökningen avseende 2016), konstruerad från ett riksrepresentativt urval av befolkningen i åldrarna 18-79 år, hur mycket de e-handlat varor för totalt och från utländska sajter. Kantar SIFO beskriver sin webbpanel på följande vis:

Panelen består av slumpmässigt rekryterade personer, från 16 år och uppåt, och är representativ för Internetanvändarna i landet och svarsfrekvenserna är höga. Deltagarna byts successivt ut och panelen fylls på med nya respondenter för att hindra att deltagarna blir "experter" [...] Panelen rymmer omfattande bakgrundsinformation. Vi känner till allt från traditionell demografi (kön, ålder, utbildning, inkomst, region, hushållsstorlek etc.) till intressen, konsumtionsmönster och medievanor.

Källa: Kantar SIFO 2017

Resultatet har sedan av PostNord räknats om utifrån internetpenetrationen för att kunna representera hela befolkningen (inte bara de som använder internet).

Tabellen nedan sammanfattar de huvudsakliga resultaten från DIBS och PostNord i jämförelse med konsumtionen enligt SCB:s nationalräkenskaper. Resultaten i de båda rapporterna är dessvärre inte särskilt samstämmiga, t.ex. rapporterar PostNord den årliga e-handeln av varor som 73 miljarder 2015, medan DIBS anger motsvarande siffra till 31 miljarder. Inga skillnader i definitioner etc. har konstaterats.

Tabell 5. Källor för att skatta distanskonsumtion till och från utlandet: rapporter från DIBS och PostNord jämfört med nationalräkenskaperna (miljarder SEK)

| Källa | Typ av data | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|
| SCB:s Nationalräkenskaper | inrikes hushållskonsumtion (COICOP 1-12) oavsett försäljningskanal och oavsett om det är ett svenskt eller utländskt hushåll | 1755 | 1825 | 1896 |
| | hushållens konsumtion i utlandet oavsett försäljningskanal | 93 | 104 | 105 |
| | Utländska hushålls konsumtion i Sverige oavsett försäljningskanal | -89 | -103 | -115 |
| | hushållens totala konsumtionsutgifter | 1759 | 1826 | 1886 |
| PostNord* | e-handel av varor - inrikes | 55 | 61 | 85 |
| | e-handel av varor -utrikes | 12 | 12 | 17 |
| DIBS Payment Services | E-handlade resor: inrikes+ utrikes | 26 | 46 | 51 |
| | Övriga e-handlade tjänster: inrikes+ utrikes | u.s | 14 | 12 |
| | E-handlade varor: inrikes+ utrikes | u.s | 31 | 37 |
| | e-handel totalt: inrikes+ utrikes | 81 | 91 | 100 |

*Enligt PostNord gjordes en metodändring 2016 som gör att resultatet inte är jämförbart med tidigare år.

Till grund för nationalräkenskapernas uppskattning av svenska hushålls konsumtion i utlandet och utländska hushålls konsumtion i Sverige, ligger statistik från utrikeshandeln med varor och tjänster. Härifrån går det att få en dissaggregerad uppdelning per produktkategori för hushållens distanshandel över gränser (både till och från Sverige). Däremot bedöms detta underlag inte ensamt kunna ge en bra skattning när det gäller respektive totalbelopp för hushållens distanshandel över gränser. Detta eftersom förhållandet mellan distanshandel totalt och totala turismutgifter inte är känt. Istället måste källorna kombineras och vissa antaganden göras.

5 Sammanfattning

Denna kartläggning har visat hur vikterna för KPI:s produktkorg kan anpassas för att i större utsträckning ta hänsyn till distanshandel, med fokus på vilka källor som kan användas för distanshandel, såväl inom Sverige som distanskonsumtion över gränser. Anpassningen av vikter är ett steg mot att följa den nya rekommendationen från Eurostat om distansköp över gränser. Ingen enskild källa innehåller all den information som behövs, men genom att kombinera de identifierade källorna bedöms det gå att göra en justering.

Nedanstående tabell sammanfattar den tänkta användningen av källor:

Tabell 6. Planerad användning av källor för att justera KPI:s vikter för e-handel

| | | Fördelning inom kategorin varor | Fördelning inom kategorin tjänster | Totalt konsumtionsbelopp för hushållens distanshandel |
|-----------------------------------------|---------|-------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Svenska hushålls konsumtion | Inrikes | e-barmetern/SCB e-handelsindex | DIBS i kombination med vissa antaganden | PostNord och DIBS kombinerat med SCB:s statistik över utrikeshandeln |
| | Utrikes | SCB:s statistik över utrikeshandeln | SCB:s statistik över utrikeshandeln | PostNord och DIBS kombinerat med SCB:s statistik över utrikeshandeln |
| | Totalt | DIBS, PostNord | DIBS | DIBS |
| Utländska hushålls konsumtion i Sverige | | SCB:s statistik över utrikeshandeln | SCB:s statistik över utrikeshandeln | PostNord och DIBS kombinerat med SCB:s statistik över utrikeshandeln |

Flera av källorna använder visserligen delvis ifrågasatta metoder som webbpaneler, men det saknas bättre alternativ och att använda dem bedöms vara bättre än att inte göra någon justering alls.

Nämnden ges möjlighet att komma med synpunkter på de förändringar som SCB överväger och i synnerhet hur Eurostat har preciserat *domestic*-principen i sin rekommendation.

6 Framtiden

De förändringar som hittills beskrivits innebär att vikterna som används vid sammanvägningen av olika elementär aggregat i KPI justeras från 2018. För att följa rekommendationen från Eurostat skulle dock även vissa förändringar i täckningen för prismätningar behöva göras, mer specifikt för att fånga hushållens distansköp utomlands. Till 2018 överväger därför SCB även att starta prismätningar för ett mindre antal högt prioriterade områden (återstår att utreda vilka).

Några betydelsefulla användare såsom nationalräkenskaperna behöver dock kunna få KPI:s delindex exklusive utlandskonsumtionen. När nya prismätningar läggs upp för att fånga utlandskonsumtionen, bör de därför bilda egna elementär aggregat så att de kan exkluderas från leveransen.

Referenser

DIBS 2016, Nordic E-commerce 2016 – Dibs' annual report about e-commerce. Tillgänglig: 2017-05-11

<http://www.dibspayment.com/nordic-ecommerce>

Eurostat 2016, The treatment of cross-border internet purchases in the HICP. Tillgänglig: 2017-04-25

<http://ec.europa.eu/eurostat/documents/272892/7048317/HICP-recommendation-on-internet+purchases-December-2016/>

Kantar Sifo (2017), Webbplats. Tillgänglig: 2017-05-09

<https://www.kantarsifo.se/undersokningsdeltagare/sifopanelen>

PostNord, Svensk digital handel och Handelns utredningsinsitut 2017a, ”e-barometern 2016 årsrapport”. Tillgänglig 2017-04-25

http://www.hui.se/MediaBinaryLoader.axd?MediaArchive_FileID=007ecdeb-90ed-4061-ae3c-a080764e31ac&FileName=e-barometern+hel%c3%a5rsrapport+2016.pdf&MediaArchive_ForceDownload=True&Time_Stamp=636287136883947686

PostNord, Svensk digital handel och Handelns utredningsinsitut 2017b, ”e-barometern 2015 årsrapport”. Tillgänglig 2017-04-25

http://www.hui.se/MediaBinaryLoader.axd?MediaArchive_FileID=48e5f483-55f0-4de2-aaeb-530bca0e1ba0&FileName=e-barometern+hel%c3%a5rsrapport+2015+.pdf&MediaArchive_ForceDownload=True&Time_Stamp=636287136884103782

PostNord, Svensk digital handel och Handelns utredningsinsitut 2017c, ”e-barometern 2015 årsrapport”. Tillgänglig 2017-04-25

http://www.hui.se/MediaBinaryLoader.axd?MediaArchive_FileID=0c05c9af-82bd-405e-93d5-924185aba416&FileName=e-barometern+hel%c3%a5rsrapport+2014.pdf&MediaArchive_ForceDownload=True&Time_Stamp=636287136884260391