



# Kvalitetsvärderingsrapport 2017

*För information*

Denna PM beskriver majoriteten av de kvalitetsvärderingar som har gjorts i KPI mellan 2011 och 2017. Implicita kvalitetsindex (IQI) presenteras för att visa skattade effekter från kvalitetsförändringar på produktgruppsindex i KPI.

## Innehåll

<b>1</b>	<b>BAKGRUND</b> .....	<b>1</b>
1.1	BYTEN OCH KVALITETSJUSTERINGAR 2017 .....	2
<b>2</b>	<b>SYFTE</b> .....	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>METOD</b> .....	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>RESULTAT</b> .....	<b>4</b>
4.1	BEDÖMNINGSMÄSSIG KVALITETSVÄRDERING .....	4
4.2	HEDONISKA METODER .....	6
4.3	MÅNADSKEDJNING .....	6
<b>5</b>	<b>SAMMANFATTNING OCH DISKUSSION</b> .....	<b>7</b>
<b>6</b>	<b>REFERENSER</b> .....	<b>7</b>
<b>BILAGA A: IMPLICITA KVALITETSINDEX</b>		
<b>BILAGA B: ANTAL BYTEN 2017</b>		

## 1 Bakgrund

Konsumentprisindex (KPI) är ett prisindex för hushållens konsumtion. KPI syftar till att vara ett s.k. konstantnyttoindex, vilket innebär att prisutvecklingen ska avse en konsumtionskorg som representerar en konstant nytta. Det är därmed avgörande att KPI enbart visar 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 görs då produkter i konsumtionskorgen byts ut. Ett byte sker antingen då en produkt utgått (inte längre säljs på marknaden) eller då försäljningen av produkten minskat så att en annan produkt bedöms vara mer representativ.

I praktiken innebär en kvalitetsjustering att det observerade priset eller baspriset korrigeras med ett belopp som motsvarar värdet av kvalitetsskillnaden, mätt i svenska kronor. För att skatta dessa kvalitetsskillnader används ett antal olika metoder, vilka redovisas i denna PM.

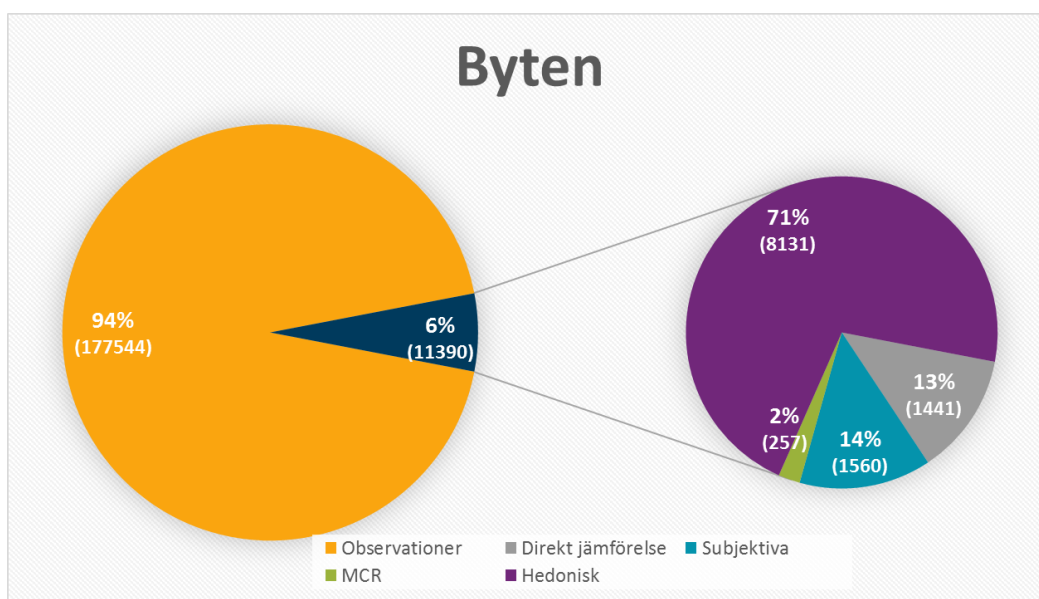


Denna PM liknar till stor del tidigare kvalitetsvärderingsrapporter som publicerats årligen sedan 2015 och är framförallt uppdaterad avseende 2017 års produktion av KPI. Historiken från tidigare rapporter samlas även i denna.

## 1.1 Byten och kvalitetsjusteringar 2017

Vid granskning av mängden byten utesluts de produkterbjudanden som ingår i COICOP 1 respektive 2, samt de som insamlades med hjälp av kassaregisterdata. Detta eftersom det inte sker någon kvalitetsjustering för dessa produkterbjudanden.

Cirka 6 procent av de inkluderade produkterbjudandena byts under 2017, vilket ger 11390 byten sammantaget. Av dessa kvalitetsjusteras cirka 87 procent. Av de produkterbjudanden som kvalitetsjusteras används hedonisk metod i 71 procent av fallen, 14 procent genom en bedömningsmässig metod och 2 procent med hjälp av MCR. Se Figur 1 nedan för mer information.



Figur 1: Byten och kvalitetsjusteringar 2017

## 2 Syfte

Syftet med denna PM är att presentera implicita kvalitetsindex (IQI) för att visa hur SCB har värderat kvalitetsförändringar vid byten och effekten som dessa har på prisutvecklingen för produktgrupper inom KPI under 2017. Dessa ställs i relation till IQI som beräknats tidigare år, för att se vilka produktgrupper som 2017 sticker ut.

Resultaten syftar dels till att ge användare inblick i arbetet med kvalitetsvärderingar på SCB och dels till att SCB själva ska få underlag för att i det pågående granskningsarbetet veta vilka produktgrupper som bör ges mer fokus eller om metodval bör ses över.

## 3 Metod

Ett sätt att påvisa effekten 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 faktiska index i KPI under föregående år. *Index utan kvalitetsjustering* är ett hypotetiskt index som har beräknats för att visa prisutvecklingen om SCB inte skulle göra några kvalitetsjusteringar i samband med produktbyten. IQI kan således tolkas som den kvalitetsutveckling SCB räknar med i KPI avseende olika produktgrupper.

Produkter kan, förutom att bytas ut under året, även bytas ut vid årsskiftet i samband med att det nya årets konsumtionskorg fastställs. Den årliga uppdateringen av urvalet innebär även att en implicit kvalitetsvärdering genomförs för många produkter vid årsskiftet. Det är således viktigt att notera att denna PM är avgränsad till att endast gälla de kvalitetsjusteringar som sker inom året 2017 och inte mellan år.

IQI för huvudproduktgrupper i KPI mellan åren 2011-2017, samt medelvärden för dessa, redovisas under avsnitt 4. IQI för samtliga inkluderade produktgrupper redovisas i bilaga 1.

Som tidigare nämnts finns olika metoder att använda då kvalitetsutvärderingar utförs på SCB. Detta innebär att beräkningen av *index utan kvalitetsjustering* grundas utifrån vilken kvalitetsvärderingsmetod som används. Mot den bakgrunden presenteras IQI-beräkningarna utifrån olika kvalitetsvärderingsmetoder.

## 4 Resultat

Nedan följer en kort beskrivning av bedömningsmässig kvalitetsvärdering följt av resultaten för IQI justerade med denna metod. Därefter presenteras IQI för hedonisk metod respektive månadskedjning.

### 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 värdera dessa 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 produkten kvalitetsjusteras med. Om en intervjuare genomför en bedömning av skillnaden i kvalitet mellan produkter sker detta ofta i samråd med expediten på försäljningsstället.

Sedan november 2016 har kvalitetsjusteringar av gruppen hemelektronik genomförts centralt på prisenheten. Innan dess kvalitetsjusterade fältintervjuerna på plats i butik. Tanken med det nuvarande arbetssättet är att de bedömningsmässiga kvalitetsvärderingarna ska bli mer konsekventa och att det ska finnas bättre underlag för att upptäcka trender i teknisk utveckling genom att dokumentera och följa utvecklingen av hemelektroniken på ett mer kontrollerat sätt. Det verkar dock inte finnas någon tydlig skillnad i beräknade IQI:n för hemelektronik för åren 2016 och 2017 jämfört med 2011-2015 som kan kopplas till bytet av utförare/metod. För mer information se tabell 1 nedan.

Tabell 1 – IQI för produktgrupper med bedömningsmässig kvalitetsvärdering

Grupp	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Medel
Möbler	101,2	101,2	101,4	101,5	100,8	100,3	101,8	101,2
Hushållsapparater	105,7	103,1	103,0	102,2	102,7	104,8	103,6	103,6
Husgeråd	99,2	100,2	103,0	102,6	101,6	98,8	101,4	101,0
Verktyg	104,5	102,5	96,6	102,3	101,3	100,1	105,8	101,9
Hälso och sjukvård	100,0	102,1	100,4	100,7	100,8	102,6	100,2	101,0
Fordon och reservdelar	100,5	100,5	100,3	100,9	100,4	100,4	100,7	100,5
Hemelektronik	112,0	110,8	105,4	106,9	102,7	106,9	106,0	107,2

I tabell 2 redovisas de bedömningsmässiga kvalitetsjusteringar som utförts av prisenheten respektive av intervjuare. Av de kvalitetsvärderingar som skedde 2017 utfördes endast ca 6 procent av prisenheten.

Ett första särskiljande exempel är att prisenheten sätter kvalitetsskillnaden till samma som prisskillnaden endast om det inte skett någon prisförändring, vilket motsvarar 6,3 procent av kvalitetsvärderingarna på enheten. Intervjuare sätter däremot kvalitetsskillnaden till samma som prisskillnaden både när det är en prisskillnad mellan gammal och ny produkt och när de

har samma pris, vilka tillsammans uppgår till  $17,2 + 13,6 = 30,8$  procent. Ett andra exempel är att prisenheten sätter kvalitetsskillnaden till noll i  $20,3 + 6,3 = 26,6$  procent av fallen, medan motsvarande siffra för intervjuarna är  $33,7 + 13,6 = 47,3$  procent.

Kvalitetsbedömning övrigt mönster innebär oftast att en explicit kvalitetsvärdering ligger mellan noll och prisskillnad. Mer sällan bedöms kvaliteten hos den nya produkten jämfört med den gamla som bättre om priset är lägre eller sämre om priset är högre, fast prisenheten tillåter sig att göra sådana bedömningar i procentuellt fler fall än intervjuarna.

Om intervjuarna känner att en kvalitetsvärdering är ”hopplös” att göra skulle vi kanske hellre önska att kvalitetsvärderingen sätts till halva prisskillnaden än till 0 eller prisskillnad, som de verkar göra.

Tabell 2 – Bedömningsmässiga kvalitetsvärderingar utförda av intervjuare respektive prisenheten under 2017 (Procent inom parentes).

<b>Kvalitetsbedömning</b>	<b>Prisenheten</b>	<b>Intervjuare</b>	<b>Totalt</b>
Värdering = Prisskillnad	0 (0,0)	197 (17,2)	197 (16,1)
Värdering = 1/2 Prisskillnad	1 (1,2)	39 (3,4)	40 (3,3)
Värdering = 0	16 (20,3)	386 (33,7)	402 (32,8)
Värdering = Prisskillnad = 0	5 (6,3)	156 (13,6)	161 (13,2)
Övriga mönster	57 (72,2)	367 (32,1)	424 (34,6)
Total	79 (100,0)	1 145 (100,0)	1 224 (100,0)

## 4.2 Hedoniska metoder

Hedonisk metod tillämpas för kvalitetsjusteringar av produktgrupperna kläder och skor. I praktiken innebär hedonisk metod att värdet av kvalitetsjusteringen skattas med hjälp av en regressionsmodell där priset är en funktion av produkttegenskaper.

Tabell 3 visar IQI för kläder och skor mellan 2011 och 2017. Både kläder och skor har ett medelvärde nära 100, vilket visar att kvalitetsvärderingarnas effekt på dessa produktgrupper är förhållandevis låg.

Tabell 3 – IQI för produktgrupper med hedoniska metoder

Grupp	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Medel
Kläder	99,7	100,1	100,6	99,4	99,5	99,7	99,9	99,9
Skor	99,9	102,0	100,1	100,5	97,5	101,7	100,7	100,3

## 4.3 Månadskedjning

För datorer, datortillbehör och mobiltelefoner används månadskedjning. Prisförändringar mellan två månader beräknas för de produkter som finns att prismäta under de båda månaderna. Månadsindex 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 produkter har sålts slut eller inte längre anses vara representativa. Den här gruppen karaktäriseras av en snabb teknisk utveckling vilket förklarar varför de har ett IQI som i genomsnitt är högre än de andra produktgrupperna. För mer information se tabell 4 nedan.

Tabell 4 - IQI för produktgrupper med Månadskedjning

Grupp	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Medel
Mobiltelefoner	105,2	113,8	115,3	121,1	118,7	117,1	111,7	114,7
Datorer	109,6	110,3	115,6	104,0	112,9	109,0	116,3	111,1
Datortillbehör	99,6	112,2	113,6	105,4	100,3	101,9	110,5	106,2

## 5 Sammanfattning och diskussion

De produktgrupper som har ett IQI som speciellt sticker ut 2017 är gräsklippare, spegel, cykel, kyl- och svalskåp, ur, kaffekopp, fåtölj, bilbarnstol och gummistövlar. För mer information se tabell 5 nedan.

Tabell 5 - De produkter som har haft en IQI som skiljer ut sig jämfört med tidigare år.

Namn Grupp	Namn Produktgrupp	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Medel
VERKTYG	GRÄSKLIPPARE	101,1	102,9	99,5	100,3	108,0	97,8	111,5	103,0
MÖBLER	SPEGEL	103,9	104,9	100,4	99,0	96,5	99,6	110,4	102,1
FORDON&RESERV DELAR	CYKEL	100,8	101,5	101,2	102,6	102,1	98,4	110,0	102,4
HUSHÅLLSAPPARATER	KYL- OCH SVALSKÅP	100,9	104,7	103,3	101,2	102,5	100,9	107,0	102,9
DIVERSE VAROR EX ENERGI	UR	103,7	100,4	100,3	105,7	100,4	102,5	105,9	102,7
HUSGERÅD	KAFFEKOPP	93,5	100,3	101,6	101,9	100,6	102,9	105,2	100,9
MÖBLER	FÅTÖLJ	102,3	100,9	103,3	102,3	101,8	103,8	94,5	101,3
DIVERSE VAROR EX ENERGI	BILBARNSTOL	99,4	101,1	101,7	100,0	99,7	103,4	91,0	99,5
KLÄDER	SKJORTA	101,3	100,6	100,5	102,9	99,3	100,7	107,2	101,8
SKOR	GUMMISTÖVLAR	98,2	96,0	102,6	100,0	102,6	100,0	95,9	99,3

De produktgrupper som har ett IQI som speciellt sticker ut i jämförelse med tidigare års IQI är Verktyg, samt de produktgrupper som värderas med hjälp av MCR, dvs Mobiltelefoner, Datorer och Datortillbehör. För mer information se tabell 6 nedan.

Tabell 6 - De produktgrupper som har haft en IQI som skiljer ut sig jämfört med tidigare år.

Grupp	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Medel
Verktyg	104,5	102,5	96,6	102,3	101,3	100,1	105,8	101,9
Mobiltelefoner	105,2	113,8	115,3	121,1	118,7	117,1	111,7	114,7
Datorer	109,6	110,3	115,6	104,0	112,9	109,0	116,3	111,1
Datortillbehör	99,6	112,2	113,6	105,4	100,3	101,9	110,5	106,2

De produktgrupper som värderas med hjälp av MCR är produktgrupper med snabb teknologisk utveckling, vilket förklarar att dessa produkter generellt har ett högre IQI än övriga. En fråga som skulle vara intressant att lyfta är om mobiltelefoner har haft sin största teknologiska utveckling tidigare år, och att utvecklingen nu även av konsumenter värderas vara mindre.

## 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.

Bubuioc,R., Johansson, J. (2017). *Kvalitetsvärderingsrapport 2016*. Stockholm: PM till nämnden för KPI, SCB.



## Bilaga A: Implicita kvalitetsindex

### A.1 Implicita kvalitetsindex (IQI), 2011-2017, för PG med bedömningsmässig kvalitetsvärdering.

Tabell A.1: Implicita kvalitetsindex för produktgrupper med bedömningsmässig kvalitetsvärdering

Namn Grupp	Namn Produktgrupp	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Medel
VERKTYG	GRÄSKLIPPARE	101,1	102,9	99,5	100,3	108,0	97,8	111,5	103,0
MÖBLER	SPEGEL	103,9	104,9	100,4	99,0	96,5	99,6	110,4	102,1
FORDON&RESERV DELAR	CYKEL	100,8	101,5	101,2	102,6	102,1	98,4	110,0	102,4
NÖJEN&KULTUR	FRILUFTSARTIKLAR	98,2	101,7	108,1	105,5	102,3	100,2	108,4	103,5
MÖBLER	MATTA	97,0	104,0	99,0	98,8	100,9	98,0	107,8	100,8
HEMELEKTRONIK	TV, STOR	113,7	111,5	104,6	111,6	99,5	107,3	107,4	107,9
NÖJEN&KULTUR	SPORTARTIKLAR	100,3	103,8	105,8	109,3	107,9	110,1	107,2	106,3
HUSHÅLLSAPPARATER	KYL- OCH SVALSKÅP	100,9	104,7	103,3	101,2	102,5	100,9	107,0	102,9
HUSHÅLLSAPPARATER	DISKMASKIN	103,5	105,6	103,6	98,0	103,9	100,7	106,9	103,2
DIVERSE VAROR EX ENERGI	BARNVAGN	102,2	107,1	117,1	104,1	110,6	116,5	106,3	109,1
MÖBLER	MATBORD	108,4	103,1	103,9	102,1	100,8	98,6	106,1	103,3
HEMELEKTRONIK	DVD-SPELARE	106,6	111,3	113,7	96,5	106,7	107,8	106,0	106,9
DIVERSE VAROR EX ENERGI	UR	103,7	100,4	100,3	105,7	100,4	102,5	105,9	102,7
HEMELEKTRONIK	DIGITALKAMERA	110,9	121,0	109,6	99,8	106,4	108,1	105,6	108,8
HUSGERÅD	KAFFEKOPP	93,5	100,3	101,6	101,9	100,6	102,9	105,2	100,9
HUSHÅLLSAPPARATER	DAMMSUGARE	102,2	106,0	107,2	102,5	102,3	107,7	104,2	104,6
MÖBLER	MADRASS	89,2	100,0	99,3	99,8	97,0	100,5	104,1	98,6
HEMELEKTRONIK	HEMMABIOPAKET	115,5	104,0	96,8	120,6	103,7	106,5	103,9	107,3
HUSHÅLLSAPPARATER	KAFFEBRYGGARE	102,6	102,4	105,5	102,2	103,1	107,7	103,9	103,9
NÖJEN&KULTUR	LEKSAKER	101,3	104,3	100,0	97,7	103,4	95,4	103,8	100,8
HUSHÅLLSAPPARATER	TVÄTTMASKIN	115,4	104,4	103,9	107,5	102,5	100,0	103,7	105,3
VERKTYG	HAMMARE	107,9	102,0	93,8	104,4	100,0	98,2	103,4	101,4
NÖJEN&KULTUR	MUSIKINSTRUMENT	104,5	101,5	99,6	100,6	101,9	102,2	102,5	101,8
HEMELEKTRONIK	VIDEOKAMERA	107,3	109,7	103,6	96,3	118,3	112,6	102,4	107,2
DIVERSE VAROR EX ENERGI	KOSMETIKA	101,9	98,0	100,1	99,7	102,5	99,5	102,1	100,5
HUSGERÅD	TALLRIK	97,7	100,5	103,9	103,0	99,8	101,2	102,0	101,2
HUSGERÅD	BORDSKNIV	96,0	100,0	98,7	109,7	100,0	101,6	101,2	101,0
HUSHÅLLSAPPARATER	MIKROVÅGSUGN	107,9	101,3	97,0	102,0	105,7	105,9	101,2	103,0
HÄLSO OCH SJUKVÅRD	KONTAKTLINSER	100,0	107,7	102,7	100,0	100,0	100,0	101,2	101,7
FORDON&RESERV DELAR	BILTILLBEHÖR	100,4	100,7	100,3	99,8	100,5	100,1	101,1	100,4
MÖBLER	TAKLAMP	102,0	99,1	101,2	101,4	101,9	99,8	101,0	100,9
DIVERSE VAROR EX ENERGI	SMYCKE	100,0	101,9	102,4	101,7	99,3	100,0	100,8	100,9

HUSGERÅD	DRICKSGLAS	110,8	96,7	104,7	99,3	103,6	94,2	100,8	101,4
MÖBLER	SÄNG	98,9	100,0	102,5	103,1	104,1	101,3	100,8	101,5
FORDON&RESERV DELAR	BILDÄCK	100,1	101,1	100,1	100,6	100,3	100,5	100,4	100,4
TJÄNSTER EXKL BOENDE	DAGENS LUNCH, RESTAURANG	100,1	99,8	101,2	100,3	100,5	99,5	100,4	100,3
FORDON&RESERV DELAR	NYA BILAR	100,5	100,3	100,2	100,1	101,9	100,5	100,3	100,5
HUSHÅLLSAPPAR ATER	VATTENKOKARE	105,2	100,9	101,7	98,7	98,9	106,1	100,0	101,6
HÄLSO OCH SJUKVÅRD	GLASÖGON	100,0	101,0	100,0	100,8	111,2	103,1	100,0	102,3
TJÄNSTER EXKL BOENDE	DAGENS LUNCH, PERS.MATSAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
TJÄNSTER EXKL BOENDE	HÅRKLIPPNING	100,0	100,9	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,1
TJÄNSTER EXKL BOENDE	KÖRSKOLEUTBIL DNING	100,0	100,0	100,1	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
TJÄNSTER EXKL BOENDE	LOKALTRAFIK	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
MÖBLER	STOL OSTOPPAD SITS	102,1	93,4	104,0	103,3	99,7	97,8	99,3	99,9
DIVERSE VAROR EX ENERGI	RAKAPPARAT	97,8	107,3	98,7	105,8	106,3	116,6	98,8	104,5
VERKTYG	BORRMASKIN	104,0	102,7	97,1	101,9	101,2	107,7	98,8	101,9
HUSGERÅD	KÖKSKNIV	99,2	102,0	103,5	103,1	112,5	95,7	98,0	102,0
MÖBLER	STOL STOPPAD SITS	102,0	100,2	101,6	99,1	97,7	100,3	98,0	99,8
MÖBLER	HYLLOR OCH SKÅP	102,0	102,3	101,3	99,7	100,6	102,8	97,9	100,9
MÖBLER	SOFFA	99,3	100,1	100,4	104,9	103,5	100,0	97,1	100,8
HEMELEKTRONIK	RADIO	101,1	98,1	120,4	103,9	102,4	94,5	97,0	102,5
HEMELEKTRONIK	STEREOPAKET	103,3	105,4	106,9	95,6	109,9	101,8	95,6	102,6
MÖBLER	FÄTÖLJ	102,3	100,9	103,3	102,3	101,8	103,8	94,5	101,3
DIVERSE VAROR EX ENERGI	BILBARNSTOL	99,4	101,1	101,7	100,0	99,7	103,4	91,0	99,5

**A.2 Implicita kvalitetsindex (IQI), 2011-2017, för PG med hedonisk metod.**

Tabell A.2: Implicita kvalitetsindex för produktgrupper med hedoniska metoder

Namn Grupp	Namn Produktgrupp	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Medel
KLÄDER	SKJORTA	101,3	100,6	100,5	102,9	99,3	100,7	107,2	101,8
SKOR	HERRLÄGSKOR	100,3	101,0	99,8	99,1	95,9	100,2	103,9	100,0
SKOR	TRÄSKOR	100,0	108,7	104,9	100,0	116,5	103,3	103,7	105,3
SKOR	SPORTSKOR	98,0	99,8	103,8	100,9	102,2	99,6	103,3	101,1
KLÄDER	HERRBYXOR	97,5	98,0	100,0	99,7	102,2	96,9	103,1	99,6
KLÄDER	DAMKJOL	104,4	95,0	97,2	95,1	98,3	98,4	102,5	98,7
KLÄDER	HANDSKAR	101,9	101,0	102,7	96,6	108,0	101,0	102,5	102,0
SKOR	DAMSKOR	99,2	103,8	97,1	101,8	100,9	101,2	102,5	100,9
KLÄDER	HERRSKINNJACKA	98,1	97,8	132,0	112,3	97,0	104,1	102,0	106,2
KLÄDER	DAMBLUS	103,0	101,7	104,6	96,9	100,3	97,6	101,4	100,8
KLÄDER	SPARKBYXA	97,0	98,0	102,3	97,5	97,2	99,1	101,2	98,9
SKOR	HERRKÄNGOR	107,9	98,8	102,9	100,7	95,9	105,5	101,2	101,8
SKOR	DAMSTÖVLAR	95,9	102,7	96,5	105,7	101,1	101,1	101,0	100,6
KLÄDER	DAMJUMPER	99,0	101,9	102,5	98,4	99,0	101,1	100,9	100,4
KLÄDER	DAMKAPPA	99,0	100,0	102,0	99,1	93,2	99,9	100,9	99,2
SKOR	BARNKÄNGOR	97,9	98,3	97,3	100,0	98,3	104,0	100,9	99,5
KLÄDER	ÖVERROCK	103,4	100,5	103,8	97,3	100,7	100,4	100,5	100,9
KLÄDER	Sportkläder	100,7	99,4	102,4	103,1	93,4	101,3	100,3	100,1
KLÄDER	JEANS	99,1	101,2	98,4	100,8	101,6	100,2	100,0	100,2
SKOR	DAMKÄNGOR	99,8	102,7	99,7	97,6	104,6	103,1	100,0	101,1
KLÄDER	HERRPULLOVER	100,4	98,5	98,4	102,6	100,5	99,2	99,6	99,9
KLÄDER	DAMKAJAJ	100,0	100,3	97,9	98,0	96,4	94,8	99,5	98,1
SKOR	HERRSKO, GRÖVRE	98,7	101,8	99,4	105,6	101,0	96,3	99,1	100,3
KLÄDER	DAMLÄNGBYXOR	99,4	100,4	101,9	97,8	101,3	99,1	99,0	99,8
KLÄDER	DAMJACKA	95,5	103,4	100,3	97,8	99,2	99,0	98,9	99,2
KLÄDER	HERRKAJAJ	107,0	99,6	94,2	98,4	100,8	99,4	98,9	99,8
KLÄDER	KLÄNNING	93,1	97,7	100,3	96,9	104,3	101,6	98,9	99,0
KLÄDER	HERRJACKA	97,8	97,3	99,1	99,0	98,4	93,8	98,7	97,7
KLÄDER	NATTLINNE	100,9	97,6	98,3	96,3	96,5	101,3	98,6	98,5
KLÄDER	BARNLÄNGBYXOR	102,1	97,5	97,4	99,0	100,0	100,4	98,5	99,3
KLÄDER	BARNTRÖJA	98,9	99,8	101,1	99,6	96,7	100,1	97,8	99,1
KLÄDER	STRUMPBYXOR	100,7	101,4	99,2	99,6	99,9	99,7	97,7	99,7
SKOR	BARNSKOR	107,8	99,8	94,7	96,9	96,3	101,1	96,9	99,1
SKOR	GUMMISTÖVLAR	98,2	96,0	102,6	100,0	102,6	100,0	95,9	99,3

### A.3 Implicita kvalitetsindex (IQI), 2011-2017, för PG med månadskedjning.

Tabell A.3: Implicita kvalitetsindex för produktgrupper med månadskedjning

Grupp	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Medel
Mobiltelefoner	105,2	113,8	115,3	121,1	118,7	117,1	111,7	114,7
Datorer	109,6	110,3	115,6	104,0	112,9	109,0	116,3	111,1
Datortillbehör	99,6	112,2	113,6	105,4	100,3	101,9	110,5	106,2

## Bilaga B: Antal byten 2017

### B.1 Antal byten 2017, för PG med bedömningsmässig kvalitetsmetod.

Tabell B.1: Antal byten och bedömningsmässiga kvalitetsvärderingar 2017

Namn Grupp	Namn Produktgrupp	Antal pris-observationer	Bättre	Sämre	Lika	Totalt antal byten	Andel byten
HUSHÅLLSA PPARATER	DISKMASKIN	582	28	8	30	64	11,00%
HEMELEKTRONIK	TV, STOR	496	30	15	6	52	10,48%
HUSHÅLLSA PPARATER	TVÄTTMASKIN	1188	48	22	46	116	9,76%
NÖJEN&KULTUR	SPORTARTIKLAR	783	22	14	34	70	8,94%
NÖJEN&KULTUR	FRILUFTSARTIKLAR	308	12	2	12	26	8,44%
DIVERSE VAROR EX ENERGI	BARNVAGN	258	8	3	10	21	8,14%
HEMELEKTRONIK	DVD-SPELARE	433	17	11	6	34	7,85%
HUSHÅLLSA PPARATER	DAMMSUGARE	885	23	17	30	69	7,80%
NÖJEN&KULTUR	LEKSAKER	1730	30	24	79	131	7,57%
HEMELEKTRONIK	DIGITALKAMERA	785	29	16	9	57	7,26%
HEMELEKTRONIK	RADIO	220	3	5	6	15	6,82%
HUSHÅLLSA PPARATER	MIKROVÅGUGN	731	15	9	22	46	6,29%
HUSHÅLLSA PPARATER	KYL- OCH SVALSKÅP	578	19	6	8	33	5,71%
MÖBLER	MATTA	934	21	6	24	48	5,14%
MÖBLER	SOFFA	1162	12	21	27	59	5,08%
HEMELEKTRONIK	HEMMABIOPAKET	400	10	5	5	20	5,00%
DIVERSE VAROR EX ENERGI	RAKAPPARAT	225	3	3	5	11	4,89%
HEMELEKTRONIK	VIDEOKAMERA	443	12	7	2	21	4,74%
HUSHÅLLSA PPARATER	VATTENKOKARE	1072	12	15	22	49	4,57%
HEMELEKTRONIK	STEREOPAKET	550	7	11	0	25	4,55%
DIVERSE VAROR EX ENERGI	BILBARNSTOL	269	1	3	8	12	4,46%
HÄLSO OCH SJUKVÅRD	GLASÖGON	519	0	0	23	23	4,43%

DIVERSE VAROR EX ENERGI	UR	740	13	6	13	32	4,32%
FORDON&RE SERVDELAR	CYKEL	978	13	8	21	41	4,19%
VERKTYG	BORRMASKI N	678	9	8	14	28	4,13%
HUSGERÅD	DRICKSGLAS	514	6	4	10	20	3,89%
MÖBLER	MATBORD	599	11	4	7	22	3,67%
FORDON&RE SERVDELAR	NYA BILAR	1152	26	6	7	39	3,39%
HUSHÅLLSA PPARATER	KAFFEBRYG GARE	875	14	4	11	29	3,31%
NÖJEN&KUL TUR	MUSIKINSTR UMENT	234	4	2	1	7	2,99%
MÖBLER	SPEGEL	447	9	1	3	13	2,91%
HUSGERÅD	KAFFEKOPP	1029	9	2	17	28	2,72%
DIVERSE VAROR EX ENERGI	SMYCKE	480	2	1	8	13	2,71%
MÖBLER	FÄTÖLJ	598	7	7	2	16	2,68%
HUSGERÅD	TALLRIK	1699	22	6	20	45	2,65%
MÖBLER	STOL STOPPAD SITS	610	4	6	6	15	2,46%
MÖBLER	TAKLAMP	754	5	6	8	18	2,39%
MÖBLER	HYLLOR OCH SKÅP	918	8	4	9	21	2,29%
VERKTYG	HAMMARE	454	4	1	5	10	2,20%
MÖBLER	STOL OSTOPPAD SITS	611	2	4	7	13	2,13%
TJÄNSTER EXKL BOENDE	DAGENS LUNCH, RESTAURAN G	1437	3	2	24	29	2,02%
MÖBLER	SÄNG	1100	10	7	3	19	1,73%
FORDON&RE SERVDELAR	BILTILLBEH ÖR	1047	6	1	10	17	1,62%
HUSGERÅD	BORDSKNIV	395	1	2	3	6	1,52%
DIVERSE VAROR EX ENERGI	KOSMETIKA	1184	9	3	6	18	1,52%
VERKTYG	GRÄSKLIPPA RE	1212	9	1	6	16	1,32%
HUSGERÅD	KÖKSKNIV	411	1	3	1	5	1,22%
HÄLSO OCH SJUKVÅRD	KONTAKTLI NSER	108	1	0	0	1	0,93%
FORDON&RE SERVDELAR	BILDÄCK	1977	4	2	12	18	0,91%
TJÄNSTER EXKL BOENDE	LOKALTRAFI K	1020	0	0	9	9	0,88%
MÖBLER	MADRASS	264	2	0	0	2	0,76%
TJÄNSTER EXKL BOENDE	KÖRSKOLEU TBILDNING	588	0	0	0	0	0,00%
TJÄNSTER EXKL BOENDE	HÅRKLIPPNI NG	338	0	0	0	0	0,00%
TJÄNSTER EXKL BOENDE	DAGENS LUNCH, PERS,MATSA L	142	0	0	0	0	0,00%

**B.2 Antal byten 2017, för PG med hedonisk metod.**

Tabell B.2: Antal byten och hedoniska kvalitetsvärderingar 2017

Namn Grupp	Namn Produktgrupp	Antal pris-observationer	Antal byten	Andel
KLÄDER	DAMLÅNGBYXOR	2673	593	28,49%
KLÄDER	BARNLÅNGBYXOR	387	48	24,55%
KLÄDER	HERRSKINNJACKA	927	73	22,18%
KLÄDER	ÖVERROCK	1146	148	21,88%
KLÄDER	SKJORTA	865	66	21,17%
KLÄDER	DAMBLUS	1981	226	20,89%
KLÄDER	HERRBYXOR	657	127	19,33%
KLÄDER	DAMKAPPA	627	73	17,90%
SKOR	TRÅSKOR	546	52	17,83%
KLÄDER	HERRJACKA	1224	183	14,95%
SKOR	HERRSKO, GRÖVRE	1374	167	14,92%
KLÄDER	NATTLINNE	720	76	13,91%
KLÄDER	DAMJACKA	3235	442	13,66%
KLÄDER	HERRPULLOVER	498	59	13,07%
KLÄDER	DAMKJOL	1291	317	12,91%
SKOR	DAMSKOR	2616	336	12,84%
KLÄDER	DAMKAJAJ	2039	174	12,40%
KLÄDER	JEANS	764	91	12,15%
KLÄDER	BARNTRÖJA	720	5	11,91%
SKOR	DAMSTÖVLAR	723	77	11,85%
KLÄDER	HERRKAJAJ	1035	144	11,64%
KLÄDER	Sportkläder	2421	61	11,41%
SKOR	HERRKÄNGOR	3833	327	10,65%
SKOR	DAMKÄNGOR	1281	119	10,56%
SKOR	SPORTSKOR	6013	1256	9,52%
KLÄDER	KLÄNNING	2279	408	9,29%
SKOR	GUMMISTÖVLAR	1089	101	9,27%
SKOR	HERRLÅGSKOR	551	72	8,53%
KLÄDER	HANDSKAR	1504	329	8,53%
KLÄDER	STRUMPBYXOR	2414	511	7,87%
SKOR	BARNKÄNGOR	2197	626	7,63%
KLÄDER	DAMJUMPER	2836	423	4,41%
KLÄDER	SPARKBYXA	561	100	2,52%
SKOR	BARNSKOR	817	36	0,69%

### B.3 Antal byten 2017, för PG med månadskedjning.

Tabell B.3: Antal byten och månadskedjning kvalitetsvärderingar 2017

Namn Produktgrupp	Antal prisobservationer	Totalt antal byten	Andel byten
Mobiltelefoner	1972	161	8,16%
Datortillbehör	1293	74	5,72%