

ES/PR  
Martin Kullendorff  
Oxana Tarassiouk

## Kvalitetsvärderingsmetoder i fält

*För beslut*

---

Enheten för prisstatistik föreslår att ersätta *Subjektiv kvalitetsvärdering* i fält med *Direkt jämförelse* för ett antal produktgrupper. För dessa produktgrupper finner vi det på kort sikt praktiskt möjligt att gå över till ny metod, samt att det är motiverat av nuvarande mätproblematik.

Att dessa produktgrupper valts baseras främst på att den nuvarande metoden resulterar i implicita kvalitetsindex som i någon mening är svårförklarade. I flera fall beror det på att produkternas livscykel (längd och reamönster) ställer till särskilda bekymmer vid fältpersonalens kvalitetsvärdering.

Enheten föreslår därför att *Direkt jämförelse* såsom den beskrivs i denna pm. tillämpas så snart det är praktiskt möjligt för produktgrupperna: 4614 Badkar, 4615 WC, 4617 Köksskåp, 4618 Luckor till köksskåp, 4619 Diskbänk, 4627 Trägolv, 5203 Handduk, 5204 Påslakanset, 5205 Gardin och gardintyg, 5212 Täckor, 5408 Kastrull, 5413 Trädgårdsspade, 5518 Hushållsvåg, 5530 Plastburk, 5531 Salladsskål, 7506 Skidutrustning, 9313 Kollegieblock och 9318 Väska.

---

## Bakgrund

Under 2012 har ett projekt benämnt "Kvalitetsvärdering i fält" bedrivits på enheten. Som ett resultat av detta presenterade Jörgen Dalén en pm. på nämndmötet i november 2012, benämnt "Quality adjustment, interviewer-collected products" (Dalén & Tarassiouk). För en mer omfattande beskrivning av bakgrunden och kvalitetsvärderingsmetoderna hänvisas till denna pm. Där kritiserar nuvarande metod med fältpersonalens subjektiva bedömning vid kvalitetsförändringar. I nämnda pm. föreslås därför att enheten bör gå över till *Direkt jämförelse* respektive *MCR* för ett stort antal produktgrupper. Enheten har nu tagit detta vidare och studerat produktgrupperna för att utröna vad vi på kort sikt kan göra åt den beskrivna problematiken.

Efter att ha tagit frågan vidare väljer vi i denna pm. att uteslutande titta på produktgrupper där *Direkt jämförelse* kan användas som metod. Detta då enheten bedömer att innan beslut kan tas om vilka produktgrupper som lämpar sig för *MCR*, eller andra implicita metoder som exempelvis *Bridged overlap*, finns behov av att mer ingående studera effekterna av ett avslutande reapris. Något som också behöver studeras är prissättningen vid introduktionen av nya produkter. Detta för att göra en bedömning om de ekonomiska antaganden som förutsätts för implicita metoder är uppfyllda, och om de inte är det justera metoderna för detta. En möjlig utväg kan exempelvis vara en variant av *Bridged overlap* där vi exkluderar effekterna av den avslutande rean vid kedjning.



När frågan om kvalitetsvärdering i fältundersökningen studeras finns inget tydligt facit på vad rätt resultat skulle blivit vid korrekta/optimalt utförda kvalitetsvärderingar. I avsaknad av en ”ren sanning” har de utredningar som gjorts fått fokusera på de objektiva mått som trots allt går att ta fram, och kombinera detta med ett resonemang kring rimligheten i gjorda värderingar samt annan känd mätproblematik. Ett bra mått att använda är implicita kvalitetsindex (IQI), som innebär att den ojusterade prisutvecklingen divideras med den kvalitetsjusterade. På så sätt ges ett mått på om kvaliteten i produkturvalet förändrats över tiden, och utvecklingen kan jämföras med vad som kan förväntas för en specifik produktgrupp.

Det är också viktigt att studera andra faktorer för att förstå de problem som kan uppstå och hur frekventa de är, samt om ersättningsmetoden är lämplig. Där kan nämnas produkternas livslängd och livscykel i urvalet (i butik), och hur frekvent det är att en produkts livscykel avslutas med ett reapris.

De produktgrupper som omfattas av förslaget utgör 808 av 3554 produkterbjudanden där subjektiv kvalitetsvärdering används idag, dvs. ca 23 procent av dessa. Relaterat till KPI totalt så utgör det 2,7 procent av befintliga produkterbjudanden och 14,0 promille av vikten.

## Motiv till förändringen

### Befintlig metod

Dagens metod för de produktgrupper som berörs i denna pm. är uteslutande *Subjektiv bedömning*. Det innebär att bedömning av kvalitetsvärdet görs av fältpersonalen ute i butiken. Bedömningen ska göras utifrån ett konsumentperspektiv, men bedömningarna blir individuella. Prisinsamlaren anger ett värde (positivt, negativt eller noll), som anger en skattning av kvalitetsskillnaden mellan tidigare och nuvarande produkterbjudande uttryckt i kronor och som används för att justera prisförändringen.

Metoden med fältpersonalens bedömningar som skattning av konsumenternas genomsnittliga tänkta kvalitetsuppfattning har tidvis blivit ifrågasatt. Varje enskild skattning kan ifrågasättas, men utgångspunkten/motiveringen har varit att skattningarna tagna tillsammans kommer vara utförda av flera prisinsamlare och handläggare och ge en ”rimlig” fördelning av gjorda skattningar. Pm 246 ”Quality adjustment, interviewer-collected products” (Dalén, Tarassiouk) visar att det finns skäl att för ett stort antal produktgrupper anta att denna fördelning är felaktigt skev.

### Föreslagen metod:

- Den produktbeskrivning som kommer att anges för produkterna vid urval och produktbyten, och som fältpersonalen har att hålla sig inom, kommer i de flesta fall bli mer snäv än nuvarande. Detta för att minska möjligheten att välja en ersättningsprodukt som skiljer sig allt för mycket från den tidigare. Det är av vikt att byten begränsas till samma kundsegment, exempelvis genom att märke konstanthålls.
- De produkter som inte går att ersätta med en ny som faller inom specifikationen kommer under året att tas bort (”deletion”). På så sätt utarmas urvalet något mot slutet av året, men eftersom produktgrupperna som nu

föreslås har relativt lång livslängd (med något undantag) bör inte detta påverka nämnvärt. Det är också något som går att kompensera för med större produkturval där behov finns.

- Metoden gäller som huvudmetod för produktgruppen men undantag kommer att tillåtas. Vid undantag kommer *Supported judgement* att tillämpas, och undantagen är tänkt att ske vid en introduktion av mer revolutionerande produkter. Värderingen av kvalitet kommer då ske centralt på enheten men i dialog med fältpersonalen. För att relatera till en aktuell produktgrupp kan som exempel nämnas carvingskidans introduktion inom skidutrustning, som vi skulle försökt fånga som ett undantag. Ekologiska, eller revolutionerande miljövänliga produkter inom diverse områden kan också utgöra exempel. Bedömningen är dock att undantagen kommer vara relativt få.

### Motivering av föreslagen metod:

Ett huvudsakligt skäl att förorda *Direkt jämförelse* för de flesta av ovan nämnda produktgrupper ligger i att det inte är att förvänta någon tydlig riktning över tiden vad avser förändringar i kvalitet. Tabell 1 ger att det trots detta visar sig empiriskt att det vid fältinsamlingen och den subjektiva värderingen som görs i genomsnitt åsätts mer positiva kvalitetsegenskaper på ersättningsprodukterna. Det ska dock nämnas att ingen sitter med facit ifall produkterna faktiskt har blivit bättre eller sämre, utan resonemanget bygger på antagandet att det rör sig om produktgrupper med relativt stabil kvalitet över tiden.

**Tabell 1: IQI-index, produkterbjudandeliv och reaavslut för berörda produktgrupper**

Produktgrupp	IQI Dec 2010/Dec 2009	IQI Dec 2011/Dec 2010	IQI Okt 2012/Dec 2011	Produkterbjudandeliv, månad <sup>1</sup>	Rea <sup>2</sup>
4614 Badkar	100,0	103,4	100,0	17,5	4,5
4615 WC	100,0	101,2	100,3	13,6	6,2
4617 Köksskåp	100,0	100,0	100,0	26,5	0,0
4618 Luckor till köksskåp	100,0	100,0	100,0	24,9	0,0
4619 Diskbänk	100,8	100,0	98,6	20,0	4,2
4627 Trägolv	101,6	100,1	100,5	16,8	7,7
5203 Handduk	104,6	101,5	101,0	13,1	20,5
5204 Påslakanset	103,6	104,2	100,9	9,4	25,0
5205 Gardin och gardintyg	103,5	103,1	101,5	9,8	21,2
5212 Täcke	107,8	105,4	99,8	13,6	11,1
5408 Kastrull	100,0	116,7	93,0	14,0	6,9
5413 Trädgårdsspade	104,8	104,3	95,5	12,4	4,7
5518 Hushållsvåg	105,0	106,3	112,3	14,5	0,0
5530 Plastburk	101,1	105,3	97,4	16,2	3,3
5531 Salladsskål	113,1	101,1	93,9	12,2	4,2
7506 Skidutrustning	100,3	101,4	109,1	3,7	22,7
9313 Kollegieblock	104,1	100,0	100,0	15,0	3,2
9318 Väska	107,2	102,2	104,4	6,4	11,0

1) Tid som produkten funnits i butik och samlats in i KPI (baseras på data jan 2009 - okt 2012).

2) Avser de fall som kodats som rea men många fler fall är i praktiken en avslutande rea utan att detta kodats korrekt (baseras på data jan 2009 - okt 2012).

Utan att faktiskt kunna bevisa vilka orsakerna till dessa resultat är går det ändå att identifiera vissa risker som ligger i nuvarande metod och som påverkar i den riktningen. Dessa risker ligger i att:

- Fältpersonalen låter sig påverkas av mode- och designaspekter och då tolkar det mer moderna, tidsenliga alternativet som av bättre kvalitet.
- När fältpersonalen tar hjälp av butikspersonalen för värderingen så har butikspersonalen ett säljperspektiv. I den dagliga kontakten med kunder är det naturligt för butikspersonalen att motivera ett köp av en ny produkt för kunderna i positiva ordalag kring produktens kvalitet.
- Det blir självuppfyllande att ett högre pris ska motsvara en högre kvalitet, vilket ställer till det extra mycket om det avslutande priset var ett reapris och fältpersonalen inte uppmärksammar det (brister i kodningen av rea är tämligen frekvent).
- Fältpersonalen som samlar in priser är inte är demografiskt sammansatt för att motsvara den genomsnittlige konsument som KPI avser beskriva, och att det av detta skäl skiljer sig i värdering.

Ett ytterligare argument för *Direkt jämförelse* såsom den föreslås här är också att det är en mer resurssnål metod än den befintliga. Dessa resurser kommer allokeras till att ta fram fler och snävare specifikationer för dessa produktgrupper, eller prioritera mer resurser för att stödja i de subjektiva bedömningar som fortsatt kommer ske (exempelvis genom att fler av dessa granskas centralt och att handläggarna får möjlighet att fördjupa sina branschkunskaper).

Ovan beskrivna problematik till trots finns också alternativet att fortsätta med nuvarande metod men vidta andra åtgärder för att stärka fältpersonalen i deras bedömningar. Ett sådant förslag skulle dock kräva mer av resurser i form av utbildning av intervjuarna, mer tid för varje varubyte, centralt stöd etc., och enheten gör bedömningen att det inte är rätt prioritering.

### **Appendix 1: Kommentarer för de specifika produktgrupperna**

#### 4614 Badkar, 4615 WC, 4617 Köksskåp, 4618 Luckor till köksskåp, 4619 Diskbänk, 4627 Trägolv

Egentliga inga stora bekymmer då IQI studeras men samtidigt relativt enkelt att ange snäva definitioner där större kvalitetsförändringar borde vara sällsynta och/eller stora kvalitetsvärderingar borde kunna undvikas. De värderingar som gjorts har satt kvalitetsbeloppet till 0 vilket gör att vi har anledning att tro att metoden idag i praktiken fungerar som direkt jämförelse. Samtliga produktgrupper ovan ingår i avskrivningsposten och har en sammanlagd vikt på endast 0,28 promille. Det kan också ytterligare motivera valet av en enkel metod för att prioritera resurser till andra områden.

#### 5203 Handduk, 5204 Påslakanset, 5205 Gardin och gardintyg, 5212 Täck

En misstanke finns om att IQI-talen som alla är över 100 kan bero på att mode- och designaspekter tolkas som kvalitet. Problematik finns också beroende på att många produkter avslutar sina livscyklar i butik med rea.

#### 5408 Kastrull, 5413 Trädgårdsspade

IQI-tal tydligt skiljda från 100 för produkter där större kvalitetsförändringar borde vara sällsynta och/eller stora kvalitetsvärderingar borde kunna undvikas.

#### 5518 Hushållsvåg

IQI-tal tydligt skiljda från 100 för en produkt där större kvalitetsförändringar borde kunna undvikas (vissa av värderingarna har dock varit byten till/från analog/digital som oavsett metodval kommer att undvikas framöver pga. snävare specifikation). Dock kvarstår problematik med märke och design.

#### 5530 Plastburk, 5531 Salladsskål

Introduktionen av nya produkter sker på basis av ny design, som sällan bör innebära någon ändrad funktionalitet för produkten. Trots detta uppvisar den subjektiva bedömningen ytterligheter i IQI under 2010 och 2012, om än åt olika håll.

#### 7506 Skidutrustning

Produkterna prismäts inte under sommarhalvåret och det är mycket vanligt att första mätningen på vintersäsongen också innebär ett produktbyte. Eftersom det är flera månader sedan den utgående produkten fanns i butiken så kan det också vara svårt för butikspersonalen att korrekt minnas kvalitetsegenskaper på denna, för att bistå i värderingen mot den nya. För säsongsvårer är det vanligt att det priset i början av säsongen blir mycket högre än mot slutet. Det finns därför en risk att fältpersonalen vid kvalitetsvärderingen låter sig påverkas av stora pris-skillnader.

#### 9313 Kollegieblock

Egentliga inga stora bekymmer då IQI studeras men samtidigt relativt enkelt att ange snäva definitioner där kvalitetsförändringar inte ska vara möjliga. De värderingar som gjorts har handlat om att värdera produktbyten som sker mellan produkter i vad som kan förväntas vara olika kundsegment.

#### 9318 Väska

De tre studerade åren visar samtliga IQI-tal över 100. En misstanke finns om att detta kan bero på att mode- och designaspekter tolkas som kvalitet.

## Appendix 2: Produktbeskrivningar

Produktgrupp	Produktnamn	Produktbeskrivning år 2013
4614 Badkar	BADKAR	Standardmodell (ej bubbel/massagebad) rektangulär form, ej inbyggnadsbadkar. Ange märke och modell. Får vara beställningsvara.
4615 WC	WC-STOL	Standardmodell, porslin, färg vit, hård sits, ange märke, modell. Får vara beställningsvara.
4617 Köksskåp	KÖKSSKÅP UTAN LUCKA	Väggskåp, höjd ca 70 cm, djup ca 30 cm, bredd ca 60 cm. Ange fabrikat och modell. Får vara beställningsvara.
4618 Luckor till köksskåp	LUCKA TILL KÖKSSKÅP	Mått ca 60x70 cm. Ange fabrikat och modell. Får vara beställningsvara
4619 Diskbänk	DISKBÄNK	Rostfritt, två hoar, storlek cirka ca 150x60 cm. Ange fabrikat och modell. Får vara beställningsvara.
4619 Diskbänk	BÄNKSKIVA	Laminat eller massiv trä (ek, valnöt, akacia, ask) , byt ej dimens el träslag und året. Ange fabrikat och modell. Får vara beställningsvara.
4627 Trägol	EKPARKETT	Tjockare trägol, ca 14 mm tjock, clicksistem pris exkl. läggn/kvm. Ange fabrikat och modell. Får vara beställningsvara.
4627 Trägol	LAMINATGOLV	Tunnare gol, tjocklek 7-9 mm, skivor 1200-1300x195-200mm clicksistem, pris exkl. läggn/kvm. Ange fabrikat och modell. Får vara beställningsvara.
5203 Handduk	HANDDUK, A	Frotté, 100% bomull, fällad ca 50x70 cm
5203 Handduk	HANDDUK, B	Frotté, 100% bomull, fällad ca 50x70 cm, helst av annat fabrikat än A
5204 Påslakanset	PÅSLAKANSET, A	Påslakan och örngott, bomull ca 150x210 cm
5204 Påslakanset	PÅSLAKANSET, B	Påslakan och örngott, bomull ca 150x210 cm, helst av annat fabrikat än A
5205 Gardin och gardintyg	GARDINTYG	Av bomull el. bomull och konstfiber, bredd 120-150 cm
5205 Gardin och gardintyg	GARDIN, BRED	2 gardinlängder i bomull eller bomull och konstfiber Bredd 120-150 cm, längd 140-220 cm
5205 Gardin och gardintyg	PANELGARDIN	2 st. gardinvepor (panelgardin) i bomull eller bomull/konstfiber Bredd 40-60 cm
5212 Täcke	TÄCKE	Yttertyg av bomull och/eller konstfibrer, stoppningen syntet
5408 Kastrull	KASTRULL	Rostfri, C:a 2 l
5413 Trädgårdsspade	TRÄDGÅRDSSPADE	Spetsig ca 1 m långt träskaft med handtag av trä eller plast
5518 Hushållsvåg	HUSHÅLLSVÅG, DIGITAL	För användning i kök, enkel design.
5530 Plastburk	PLASTBURK	För mikro, ""matlåda"", 0,7-1,0 liter
5531 Salladsskål	SALLADSSKÅL	I glas el. keramik, utan fot, ca 10-15 hög, ca 20-25 cm dia Byt ej material under året
7506 Skidutrustning	SLALOMPIÅXA	Lämplig för medelgod åkare, storlek 41-44
7506 Skidutrustning	SKIDOR	Längdskidor utan bindning, lämplig för motionsåkare, längd 180-210 cm
9313 Kollegieblock	KOLLEGIEBLOCK, A	A4, 70 blad, spiralbundet, linjerat eller rutat med omslag av papper eller plast. Ändra inte omslag vid byte.
9313 Kollegieblock	KOLLEGIEBLOCK, B	A5, 70 blad, spiralbundet, linjerat eller rutat med omslag av papper eller plast. Ändra inte omslag vid byte.
9318 Väska	RESVÄSKA, A	Hårdplast, storlek ca 65 x 50 x 20 cm
9318 Väska	HANDVÄSKA, A	Damhandväska i läder, med axelrem storlek ca 25x20 cm
9318 Väska	RESVÄSKA, B	Textilmaterial, (polyester, nylon), storlek ca 65 x 50 x 20 cm
9318 Väska	HANDVÄSKA, B	Damhandväska i läder, med axelrem storlek ca 25x20 cm helst av annat fabrikat än A
9318 Väska	AXELVÄSKA FÖR MÅN	Med axelrem, med eller utan handtag, ej datorväska, ej resväska. Material: läder, nylon eller syntet.