

Kvalitetsvärderingsrapport 2013-2014

För information

Denna PM beskriver de kvalitetsvärderingar som gjorts för centralt insamlade priser i KPI under 2013 och t o m februari 2014 samt redovisar kvantitativt kvalitetsvärderingarna som intervjuarna gjort på fältet under 2013. De kvalitetsvärderingsmetoder som generellt används i KPI finns kortfattat beskrivna i en bilaga (se bilaga 1).

INNEHÅLL

Kvalitetsvärderingsrapport 2013-2014	1
Bakgrund	2
Kvalitetsvärderingar januari 2013 - februari 2014 för centralt insamlade priser	2
Tele	2
Kabel-/digital-tv	3
Nya bilar	3
Biluthyrning	5
Fritidsbåtar, motorcyklar, husbilar och husvagnar	5
Tidskrifter	6
Privat utbildning	6
Hyses-KPI	6
Kvalitetsvärderingar januari-december 2013 för intervjuarinsamlade priser	6
Bilaga 1: Kvalitetsvärderingsmetoder i KPI	14
Bedömningsmässig kvalitetsvärdering	14
Hedoniska metoder	14
Månadskedjning	14
Topplistor	14
Konsumentprofiler	14
Bilaga 2: Lista på de produktgrupper som innehåller produkter där intervjuarna bedömer kvalitetsvärderingar år 2013.	15
Bilaga 3: Anvisningar till intervjuarna vid val av produkt och vid byte	18

Bakgrund

KPI syftar till att mäta den genomsnittliga prisutvecklingen för hela den privata inhemska konsumtionen, de priser konsumenten faktiskt betalar. Prisutvecklingen som skattas i KPI ska samtidigt avse en konsumtionskorg som representerar lika standard, dvs. index syftar till att visa de prisförändringar som alla varor och tjänster skulle ha haft om kvaliteten vore oförändrad över tid. Att värdera kvalitetskillnader vid produktbyten är därför en central uppgift vid beräkning av KPI.

En rad olika metoder tillämpas i dagsläget för kvalitetsvärdering, beroende på vilken typ av vara eller tjänst det är frågan om. Att justera för ändrad kvalitet i prisindex innebär i praktiken att det observerade priset eller baspriset justeras med en faktor som motsvarar värdet av kvalitetskillnaden.

Kvalitetsvärderingar januari 2013 - februari 2014 för centralt insamlade priser

Tele

Inom telekommunikationstjänster prismäts fast telefoni, internetaccess och mobiltelefoni. För prisinsamling hämtas priser från operatörernas webbsidor. Priserna för 6410 Utrustning telefoner samlas in av intervjuare på fältet. Priserna för 6416 Utrustning mobiltelefoner samlas dels in av intervjuare på fältet, och dels hämtas priser från en hemsida.

Som grund för urvalet av företag som ska ingå i undersökningen används Post & Telestyrelsens rapport *Svensk telemarknad*. Den används även vid fördelning av vikter. Ett urval av de största företagen dras för Fasttelefoni, Mobiltelefoni och Internet.

Tjänsterna som prismäts är ett urval av vanligt förekommande tjänster. Förutom dessa tjänster prismäts även kostnaden för ett antal ”profiler” för mobiltelefoni och fasttelefoni. Metoden med profiler innebär att ett antal profiler skapas med kvantiteter av samtal, minuter och olika typer av samtal (t.ex. hög- och lågtrafik samt till fasta nät, till mobila nät och utrikes). Profilerna för mobiltelefoni innehåller även varierande kvantiteter av SMS, MMS och GB data samt hålls oförändrade från basen (december) och de olika betalningsplanerna för teletjänsten hos varje företag som ingår i undersökningen testas på varje profil. Ett pris bestående av månads-kostnaden beräknas för varje profil baserat på ett medelvärde av de två mest optimala betalningsplanerna för profilen. Därefter beräknas ett geometriskt medelvärde för samtliga profiler inom ett och samma telebolag och därmed fås ett genomsnittligt pris per teleoperatör.

Innehållet i erbjudna teletjänster ändras ständigt och samma tjänst går inte att prismäta under ett helt år. Oftast beror kvalitetsändringar på ändrade bindningstider, hastigheter och inkluderad datamängd för mobilt bredband.

Nedan följer en detaljerad beskrivning av kvalitetsvärderingar som gjordes under perioden januari 2013 - februari 2014.

Fast telefoni

Inga kvalitetsvärderingar gjordes under perioden.

Internet access

Det gjordes totalt 11 kvalitetsvärderingar under perioden. Samtliga byten berodde på ändrade bindningstider som i de allra flesta fall justerades neråt. De ändrade bindningstiderna värderades med hjälp av prisskillnaden mellan abonnemang med två olika bindningstidslängder månaden innan om båda två alternativen fanns tillgängliga. I annat fall var kvalitetsbeloppet lika med skillnaden mellan det faktiska genomsnittspriset per månad under den gamla bindningstiden och den aktuella periodens genomsnittspris per månad om bindningstiden inte hade ändrats.

Mobiltelefoni

Totalt gjordes fyra kvalitetsvärderingar under perioden, samtliga pga. ändrade surfhastigheter och/eller datamängd för mobilt bredband samt användningstid. Hastighetsändringen innebar i samtliga fall att lägre hastigheter ersattes med högre medan ändringen av datamängden skedde i båda riktningar. Användningstiden förlängdes i ett fall. Värderingen gjordes utifrån prisskillnaden mellan motsvarade hastigheter/datamängder månaden innan, dvs. den senaste gången då båda två alternativen fanns tillgängliga.

Kabel-/digital-tv

Totalt 8 byten under perioden, samtliga fall av ändrat antal kanaler i tv-paket. Kvalitetsvärdering görs på abonnemang och tilläggstjänster. På abonnemang görs kvalitetsvärderingar på antal kanaler och kanaltyper. På tilläggstjänster görs kvalitetsvärdering sällan.

Nya bilar

Antal byten under perioden var totalt 12 och totalt genomfördes 6 kvalitetsvärderingar pga. av byten av årsmodeller eller förändrade utrustningsnivåer.

Kvalitetsvärderingarna kan delas in i tre olika fall. Dessa fall redovisas nedan:

Fall 1: Den prismätta modellen ersätts av en modell med ett nytt utrustningspaket

Kvalitetsbelopp har tagits fram med hjälp av prislistor som visar vad dessa förändringar i utrustning skulle ha kostat som tillval. När inte detta är möjligt har det skett diskussioner med uppgiftslämnaren. I normalfallet görs en nedjustering av priset med 50 procent vid framtagningen av värdet på förändringen, detta då priset på ett tillval normalt är högre än den kvalitetsförändring som uppstår.

Fall 2: Den prismätta modellen ersätts av en ny modell med svagare eller starkare motor

Den prismätta bilmodellen har ersatts av en ny årsmodell som har färre eller fler hästkrafter. En beräkning görs av hur mycket priset i genomsnitt förändras på liknande modeller av det aktuella märket för en ytterligare hästraft. Endast motorstyrkan får skilja de modeller som jämförs åt. Prisförändringen multipliceras sedan med förändringen i antal hästkrafter hos den bil som skall kvalitetsjusteras.

Fall 3: Lägre bränsleförbrukning

Den prismätta bilmodellen byts ut mot en bilmodell med lägre bränsleförbrukning. Vid en uppskattad genomsnittlig körsträcka på 15 000 km per år och ett genomsnittligt bensinpris för augusti föregående år beräknas en besparing i kronor per år med sedvanlig formel i undersökningen, som syftar till att skatta nuvärdet av besparad framtida bensinförbrukning (s. 50 i KPI-handboken¹):

$$\text{quality difference} = \Delta \text{ litre/km} \times 15\,000 \times 3.09 \times \text{price/litre in August last year}$$

När man har prisuppgifter för alla bilmodeller, finns förutsättningar för att kunna beräkna ett indextal baserat på ett oviktat geometriskt medelvärde av prisförändringarna.

Dock är det några ytterligare saker man måste tänka på innan man får fram själva indextalet.

Kvalitetsjusteringar för nya bilar

Exempel på sådana förändringar är t.ex. starkare motor, fler/färre växlar eller tillkommande extrautrustning. Ibland anger uppgiftslämnaren bara att det är en ny årsmodell, då behöver man ta reda på hurvida den nya årsmodellen de facto skiljer sig gentemot den gamla. Här kan man ta hjälp av diverse källor på internet (t.ex. biltillverkarens egen webbplats) eller ställa ytterligare frågor till uppgiftslämnaren.

Sedan behöver man veta hur stort värde själva förändringen har. Främst två olika källor används då:

- Uppgiftslämnaren själv kan ibland göra en ungefärlig uppskattning på värdet av prisförändringen. Som vanligt gäller det att vara källkritisk. En försäljare vill ibland värdera en produktförändring högre eller lägre än det verkliga värdet, beroende på om det är en förbättring eller försämring.
- Prislistor på biltillverkarens webbplats visar ofta priset på olika tillval eller prisskillnader mellan varianter av en och samma bilmodell.

¹ <http://www.scb.se/statistik/PR/PR0101/handbok.pdf>

Exempel :

- *Fler hästkrafter.* Räkna ut hur mycket priset i genomsnitt förändras på liknande modeller av samma märke för en ytterligare hästraft. Endast motorstyrkan får skilja de modeller som jämförs åt. Multiplicera sedan denna prisförändring med förändringen i antal hästkrafter hos den bil som skall kvalitetsjusteras. På motsvarande sätt kvalitetsjusteras även en förändring i bränsleförbrukning.
- *En parkeringssensor tillkommer,* vars värde inte anges på någon prislista eller kan uppskattas av försäljaren. Här kan man leta på nätet efter vad andra parkeringssensorer kostat och räkna fram ett genomsnitt.

När någon komponent byts ut är det viktigt att vara medveten om att kvalitetsbeloppet är *förändringens* värde och inte komponentens totala pris. Kvalitetsbeloppet är då värdet på den nya komponenten minus värdet på den gamla komponenten.

När man väl har ett värde på själva produktförändringen antar man i nästa steg att inte alla konsumenter värderar förändring fullt ut. *Kvalitetsbeloppet* utgör därför enbart 50 % av produktförändringens värde.

Biluthyrning

För beräkning av index för biluthyrning prismäts ett antal bilhyror som är olika med avseende på biltyp, hyreslängd, körsträcka, betalningsvillkor, återlämningsplats mm.

Vid prismätning av bilhyror gjordes varubyten i 7 fall under perioden januari 2013 - februari 2014.

Fritidsbåtar, motorcyklar, husbilar och husvagnar

Modellerna ändras varje år. Oftast innebär förändringarna en ändring av motorn och ett värde på kvalitetsvärderingen görs utifrån förändringar i motoreffekt.

Ibland ändras priset pga. att nya komfortpaket inkluderas i grundpriset. Man försöker då samla in ett pris med samma komfortpaket som i basperioden under förutsättning att den komfortnivån fortfarande är representativ för försäljningen.

Om ingen relevant information om värdet på extra utrustning finns tillgängligt räknas 50 % av hela prisförändringen som kvalitetsförändring. Man är medveten om att denna metod inte är optimal. Eventuellt skulle det vara bättre att sätta kvalitetsförändringen till 0.

Trafikskolor

En anmälningsavgift hos en körskola höjdes i mars 2013 från 2 300 kr till 2 500 kr. 100 kr av skillnaden antogs vara en kvalitetsförbättring och 100 kr som en reell prishöjning. Man är medveten om att denna metod inte är optimal.

Tidskrifter

I undersökningen prismäts både lösnummer och prenumerationer. Byten är vanligt förekommande. För lösnummer gjordes 32 kvalitetsvärderingar medan kvalitetsvärderingar för prenumerationer är borttaget sedan januari 2013. Antalet kvalitetsvärderingar berodde på ett stort antal dubbelnummer. Vid dessa byten skulle det eventuellt vara bättre att sätta kvalitetsförändringen till 0 än att göra bedömningar i varje enskilt fall.

Privat utbildning

14 kvalitetsvärderingar gjordes under perioden. Vid kvalitetsvärderingarna antogs att en timme av undervisning är värd lika mycket innan och efter bytet. Baspriset räknades om till den nya kvantiteten.

Alla kvalitetsjusteringar är egentligen kvantitetsjusteringar inom denna produktgrupp - åtminstone för aktuell period. Priset skulle lika gärna kunna mätas pris/timme och då skulle byten kunna ske utan att några kvalitetsjusteringar skulle behöva göras. Det bedömds som att kvällskurser har en högre kvalitet och i de fall byten sker från dag- till kvällskurs justerades 50 % av prishöjningen bort. Möjligen skulle det vara bättre att hitta motsvarande kurs dagtid att jämföra med.

Hyses-KPI

27 kvalitetsvärderingar gjordes under året inom hyresindex, varav 19 avsåg indragning av fibernät.

Exempel på andra kvalitetsjusteringar är installationer av säkerhetsdörrar och tillval av hushållsmaskiner som hyresgästen själv har tagit initiativ till.

Kvalitetsvärderingar januari-december 2013 för intervjuarinsamlade priser

I KPI skattas värdet av kvalitetsförändringen för ett flertal produktgrupper genom att en bedömning görs av intervjuaren på plats i butik när den tidigare prismätta produkten inte längre är representativ för försäljningen.

Priser samlas in dels av SCB:s ca 100 intervjuare vid besök, per telefonintervju och via internetsidor, dels centralt av SCB:s prisenhet genom e-postenkät och internetsidor.

Av de ca 13 000 prisobservationer som samlas in varje månad utgör ca 1 559 prisobservationer sådana produkter som ska kvalitetsvärderas om

byte görs. Den intervjuarbedömda kvalitetsvärderingen görs bl.a. för det mesta av hemelektronik, inventarier och hushållsvaror samt diverse andra personliga varor och tjänster. En lista över de produktgrupper där intervjuarna bedömer kvalitetsvärderingar finns som en bilaga till denna PM (se bilaga 2).

Kvalitetsvärdering görs vid variantbyte av den prismätta produkten. Vid kvalitetsvärdering bedömer intervjuaren, ofta i samråd med expediter på försäljningsstället, värdet i kronor på en eventuell kvalitetsförändring mellan den gamla och den nya varianten. De anvisningar som intervjuaren får vid val och byte av produktvariant finns angivna i en bilaga till denna PM (se bilaga 3).

Tabellen nedan visar det sammanlagda antalet observationer per produkt för produkter där kvalitetsvärdering gjordes vid byte under perioden januari 2013 - december 2013 samt antal byten med kvalitetsvärdering för dessa produkter. Tabellen visar också antal byten där intervjuaren har bedömt kvalitén på den nya varan som bättre, sämre eller lika samt andelen byten per produkt för denna period.

För vissa produkter har det inte skett några byten alls under denna period t ex herrur, nagellack och läsglasögon. Produktgruppen med många byten är mikrovågsugn, espressomaskin och vattenkokare.

Produktnamn	Antal prisobservationer	Antal byten	Bättre	Sämre	Lika	Antal perioder	Andel byten
VÄGGSPEGEL, RUND	96	0	0	0	0	12	0
DRAGKROK	165	0	0	0	0	12	0
LASTHÅLLARE	153	0	0	0	0	12	0
EL MOTORVÄRMARE	140	0	0	0	0	12	0
EL KUPÉVÄRMARE	154	0	0	0	0	12	0
BILLARM	47	0	0	0	0	12	0
LÄSGLASÖGON, BESTÄLLNINGSVARA	119	0	0	0	0	12	0
GLASÖGON, DAM	144	0	0	0	0	12	0
LÄSGLASÖGON	126	0	0	0	0	12	0
NAGELLACK, B	171	0	0	0	0	12	0
DAMSMYCKEUR	156	0	0	0	0	12	0
HERRUR, B	168	0	0	0	0	12	0
DAGENS LUNCH A, PERS.MATSAL	141	0	0	0	0	12	0
DAGENS LUNCH B, PERS.MATSAL	104	0	0	0	0	12	0
BOKHYLLA, 1 SEKTION	215	1	0	0	1	12	0,5
BÄNKSKIVA	180	1	1	0	0	12	0,6
EXTRALJUS	154	1	1	0	0	12	0,6
GARN	143	1	0	0	1	12	0,7
GLASÖGON, HERR	144	1	0	0	1	12	0,7
KONTAKTLINSER	144	1	1	0	0	12	0,7
BÄDDMADRASS, SKUM	203	2	0	0	2	12	1
LÄPPSTIFT, B	194	2	1	0	1	12	1
FÖRRÅDSYTTERDÖRR INKL KARM	276	3	0	1	2	12	1,1
BÄDDMADRASS, LATEX	189	2	1	0	1	12	1,1
GRÄSKLIPPARE, BENSIN, A	176	2	0	0	2	12	1,1
MASCARA	277	3	1	0	2	12	1,1
NAGELLACK, A	186	2	0	0	2	12	1,1
STOL STOPPAD SITS, A	240	3	1	1	1	12	1,3
BÄLTESKUDDE	142	2	1	0	1	12	1,4
BORRMASKIN MED SLADD	336	5	0	3	2	12	1,5
PUSSEL	289	5	0	1	4	12	1,7
STOL OSTOPPAD SITS, A	227	4	1	0	3	12	1,8
LÄPPSTIFT, A	265	5	0	0	5	12	1,9
DAGENS LUNCH, A	878	17	3	1	13	12	1,9
TAKLAMPA MED KRONA	354	7	1	1	5	12	2
SULKY, B	141	3	2	0	1	12	2,1
MADRASS	180	4	2	2	0	12	2,2

Produktnamn	Antal prisobservationer	Antal byten	Bättre	Sämlre	Lika	Antal perioder	Andel byten
BORDSKNIV	184	4	0	1	3	12	2,2
HAMMARE	453	10	1	4	5	12	2,2
BILBARNSTOL	139	3	2	0	1	12	2,2
KAFFEKOPP	341	8	0	2	6	12	2,3
DRICKSGLAS	257	6	2	0	4	12	2,3
BILKLÄDSEL	130	3	0	1	2	12	2,3
KEYBOARD	43	1	0	1	0	12	2,3
FÄRGPATR T BLÄCKSTRÅLESKRIVARE	518	12	1	1	10	12	2,3
FOUNDATION	258	6	0	0	6	12	2,3
BOMULLSTYG	83	2	0	0	2	12	2,4
HERRUR, A	167	4	1	0	3	12	2,4
STOL STOPPAD SITS, B	228	6	2	0	4	12	2,6
SOMMARDÄCK A	270	7	1	0	6	12	2,6
VINTERDÄCK	270	7	1	0	6	12	2,6
KASTRULL	415	11	2	3	6	12	2,7
DISKBÄNK	179	5	0	1	4	12	2,8
TAKBOX	142	4	1	0	3	12	2,8
MATBORD, A	240	7	2	1	4	12	2,9
SOMMARDÄCK B	105	3	0	0	3	12	2,9
YTTERDÖRR INKL KARM	255	8	2	1	5	12	3,1
MATBORD, B	228	7	4	1	2	12	3,1
DJUPTALLRIK	425	13	1	1	11	12	3,1
TRESITSSOFFA, A	252	8	2	4	2	12	3,2
VÄGGSPEGEL, REKTANGULÄR	186	6	1	1	4	12	3,2
FLATTALLRIK, A	476	15	1	2	12	12	3,2
TAKSPOTLIGHT	332	11	4	3	4	12	3,3
WILTONMATT	175	6	1	2	3	12	3,4
SÄNGSTOMME, DUBBEL	227	8	1	2	5	12	3,5
VITRINSKÅP	231	8	3	1	4	12	3,5
KAFFEMUGG	426	15	2	1	12	12	3,5
KÖKSKNIV	371	13	4	2	7	12	3,5
AXELVÄSKA FÖR MÄN	113	4	0	2	2	12	3,5
STOL OSTOPPAD SITS, B	216	8	1	0	7	12	3,7
AKUSTISK GITARR	54	2	1	0	1	12	3,7
BORRMASKIN MED LADDARE	354	13	4	6	3	12	3,7
SKINNFÅTÖLJ, B	240	9	3	1	5	12	3,8
BOKHYLLA, 3 SEKTIONER	213	8	2	2	4	12	3,8
SALLADSSKÅL	320	12	3	2	7	12	3,8

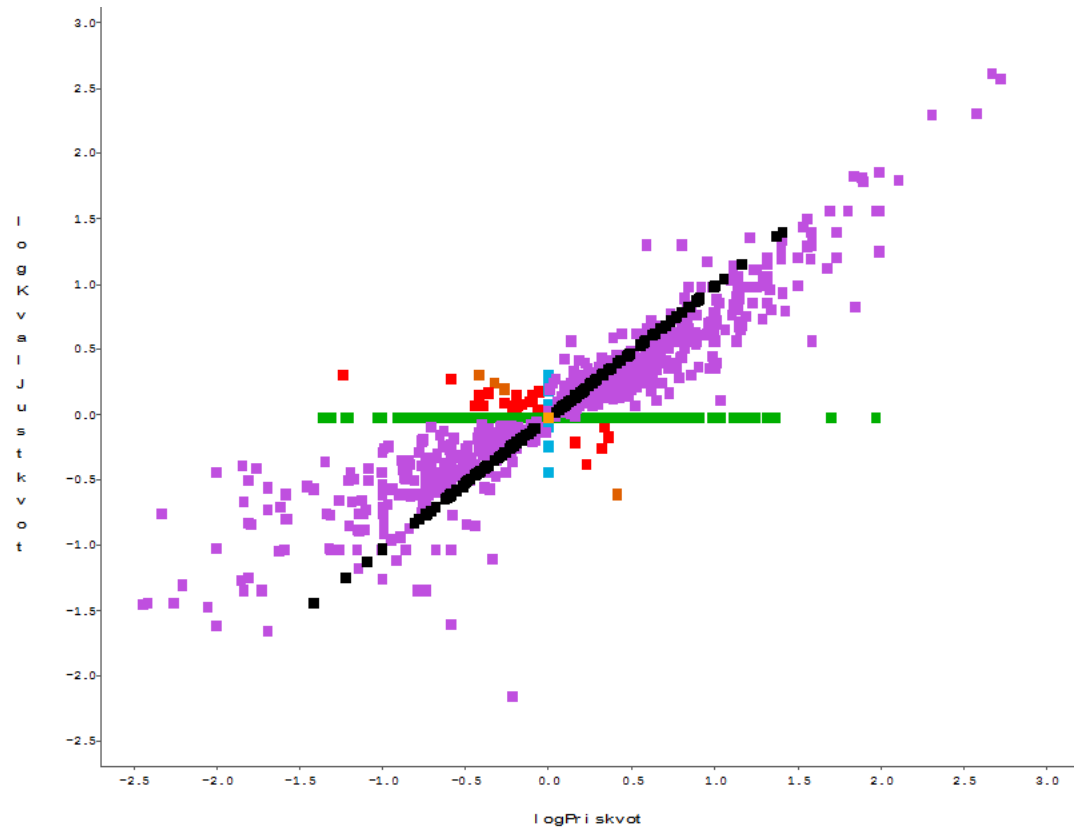
Produktnamn	Antal prisobservationer	Antal byten	Bättre	Sämlre	Lika	Antal perioder	Andel byten
FLATTALLRIK, B	424	17	2	2	13	12	4
BYRÅ	240	10	2	2	6	12	4,2
GOLFBOLLAR	119	5	2	1	2	12	4,2
FISKESET	91	4	0	3	1	12	4,4
SULKY, A	135	6	2	0	4	12	4,4
TRASMATTA	111	5	1	0	4	12	4,5
TRESITSSOFFA, B	252	12	3	4	5	12	4,8
TVÅSITSSOFFA, A	252	12	6	3	3	12	4,8
SÄNGSTOMME, ENKEL	226	11	2	4	5	12	4,9
TVÅSITSSOFFA, B	238	12	1	1	10	12	5
VATTENKOKARE, STOR	585	30	9	3	18	12	5,1
LESAKSBIK	440	23	6	4	13	12	5,2
GARDINTYG	296	16	1	1	14	12	5,4
BARBIEDOCKA	421	23	3	5	15	12	5,5
SKINNFÅTÖLJ, A	250	14	4	3	7	12	5,6
MOUNTAINBIKE, 26 TUMS HJUL	174	10	6	1	3	12	5,7
MP3-SPELARE, A	247	14	7	4	3	12	5,7
BLOCKFLÖJT	35	2	0	1	1	12	5,7
RESÅRMADRASS	191	11	4	1	6	12	5,8
BORDSTELEFON, TRÅDLÖS	450	26	4	5	17	12	5,8
GRÄSKLIPPARE, BENSIN, B	170	10	2	2	6	12	5,9
BARNVAGN	135	8	3	1	4	12	5,9
MIKROVÅGSUGN	482	31	7	5	19	12	6,4
RESVÄSKA, B	160	11	2	2	7	12	6,9
ESPRESSOMASKIN	339	24	7	7	10	12	7,1
VATTENKOKARE, LITEN	557	40	5	10	25	12	7,2
GARDIN, BRED	456	34	6	3	25	12	7,5
DAMCYKEL, CITYBIKE ELLER STANDARDCYKEL	186	15	4	2	9	12	8,1
BARNCYKEL, 20 TUMS HJUL	134	11	3	2	6	12	8,2
MP3-SPELARE, B	230	19	7	7	5	12	8,3
ELSPIS, A	217	19	6	4	9	12	8,8
BORDSTELEFON, STATIONÄR	349	31	7	5	19	12	8,9
TENNISRACKET	286	26	8	7	11	12	9,1
RYGGSÄCK	273	25	15	5	5	12	9,2
PANELGARDIN	463	45	3	2	40	12	9,7
RAKAPPARAT	275	27	5	4	18	12	9,8
CD-KASSETTRADIO	202	20	9	4	7	12	9,9
ELSPIS, C	322	33	3	8	22	12	10,2
STEREOPAKET B	245	25	8	5	12	12	10,2

Produktnamn	Antal prisobservationer	Antal byten	Bättre	Sämlre	Lika	Antal perioder	Andel byten
KYLSKÅP	319	33	8	3	22	12	10,3
KAFFEBRYGGARE	560	59	17	8	34	12	10,5
DVD- ELLER BLU-RAY- SPELARE, B	196	21	7	4	10	12	10,7
RESVÄSKA, A	160	18	6	2	10	12	11,3
DAMMSUGARE, EFFEKT 1300-1800 W	553	63	17	17	29	12	11,4
HANDVÄSKA, A	113	13	2	0	11	12	11,5
Digital systemkamera	272	32	16	6	10	12	11,8
SKIDOR	135	16	7	1	8	6	11,9
DAMMSUGARE, EFFEKT MINST 2000 W	470	58	21	8	29	12	12,3
ELSPIS, B	292	37	11	3	23	12	12,7
STEREOPAKET A	236	31	11	7	13	12	13,1
HANDVÄSKA, B	113	15	5	0	10	12	13,3
HEMMABIOPAKET	216	29	6	6	17	12	13,4
DIGITAL STILLBILDSKAMERA (kompakt), A	283	40	20	6	14	12	14,1
DIGITAL STILLBILDSKAMERA (kompakt), B	293	42	16	10	16	12	14,3
INNEBANDYKLUBBA, B	308	46	14	13	19	12	14,9
DISKMASKIN	321	48	9	5	34	12	15
DIGITAL VIDEOKAMERA, A	257	39	10	13	16	12	15,2
INNEBANDYKLUBBA, A	353	56	17	13	26	12	15,9
TVÄTTMASKIN B	331	55	16	5	34	12	16,6
DVD- ELLER BLU-RAY- SPELARE, A	273	46	16	11	19	12	16,8
TV, LITEN	249	42	11	14	17	12	16,9
TV, EXTRA STOR	274	48	19	8	21	12	17,5
DIGITAL VIDEOKAMERA, C	215	38	18	12	8	12	17,7
TV, STOR	272	53	20	13	20	12	19,5
TVÄTTMASKIN A	326	64	10	12	42	12	19,6
SLALOMPJÄXA	128	31	5	6	20	6	24,2
YLLETYG	12	3	0	0	3	12	25

Tabellen nedan avser år 2013 och visar antal byten samt fördelningen i procent på kvalitetsriktningen beroende på om intervjuaren har valt en ny produkt med högre, lägre eller samma pris.

	Kvalitetsriktning			Totalt
	Bättre	Sämre	Lika	
Lägre pris				
Antal	23	405	458	886
Andel (%)	1,03	18,10	20,47	39,61
Samma pris				
Antal	11	3	282	296
Andel (%)	0,49	0,13	12,61	13,23
Högre pris				
Antal	574	7	474	1055
Andel (%)	25,66	0,31	21,19	47,16
Totalt				
Antal	608	415	1214	2237
Andel (%)	27,18	18,55	54,27	100,00

Nedan redovisas tabellen grafiskt.
Diagram Relativ kvalitetsjustering mot relativ prisskillnad år 2013.
Logskala.



Bilaga 1: Kvalitetsvärderingsmetoder i KPI

Bedömningsmässig kvalitetsvärdering

I KPI skattas värdet av kvalitetsförändringen för ett flertal produktgrupper genom att en bedömning görs av intervjuaren på plats i butik. Kvalitetsvärdering görs vid variantbyte av den prismätta produkten. Intervjuaren bedömer då, ofta i samråd med expediter på försäljningsstället, värdet (i kronor) på en eventuell kvalitetsförändring mellan den gamla och den nya varianten. En lista för de produktgrupper som innehåller produkter som intervjuarna gör kvalitetsvärderingar för finns sist i denna PM.

Hedoniska metoder

För kläder och skor används hedoniska regressionsmodeller för kvalitetsjustering. Värdet av kvalitetsförändringen skattas i en regressionsmodell där priset är en funktion av produkttegenskaper. Även för begagnade bilar används en regressionsmodell.

Månadskedjning

För PC, datortillbehör och mobiltelefonutrustning 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.

Topplistor

För böcker, bio, CD-skivor (och MP3) och data-/TV-spel används topplistor, vilket är en form av direkt jämförelse. Prisindex beräknas månadsvis utifrån de 5 eller 10 mest sålda produkterna, enligt vissa specifikationer.

Konsumentprofiler

För mobil och fast telefoni används en metod med konsumentprofiler. Metoden innebär att ett antal profiler skapas med kvantiteter av samtal, minuter och olika typer av samtal (t.ex. hög- och lågtrafik samt till fast nät, till mobila nät och utrikes). Profilerna hålls oförändrade från basen (december) och de olika betalningsplanerna för teletjänsten testas på varje profil. Ett pris bestående av månadskostnaden beräknas för varje profil baserat på den mest optimala betalningsplanen för profilen.

Bilaga 2: Lista på de produktgrupper som innehåller produkter där intervjuarna bedömer kvalitetsvärderingar år 2013.

Produktgrupp	Produktgruppsnamn
3403	GARN
3406	TYG
5101	MATBORD
5102	STOL OSTOPPAD SITS
5103	STOL STOPPAD SITS
5107	SÄNG
5111	TAKLAMP
5114	FÅTÖLJ
5133	SOFFA
5134	HYLLOR OCH SKÅP
5135	MATTA
5201	MADRASS
5213	SPEGEL
5205	GARDIN OCH GARDINTYG
5301	TVÄTTMASKIN
5302	DISKMASKIN
5304	DAMMSUGARE
5312	KYL- OCH SVALSKÅP
5313	MIKROVÅGSUGN
5314	KAFFEBRYGGARE
5315	VATTENKOKARE
5403	TALLRIK
5404	KAFFEKOPP
5405	DRICKSGLAS
5407	BORDSKNIV
5408	KASTRULL
5416	KÖSKNIV
5531	SALLADSSKÅL*
5410	HAMMARE
5426	GRÄSKLIPPARE
7709	BORRMASKIN
9114	GLASÖGON
9115	KONTAKTLINSER

Produktgrupp	Produktgruppsnamn
6102	CYKEL
6209	BILDÄCK
6218	BILTILLBEHÖR
7108	STEREOPAKET
71111	VIDEOKAMERA
7112	TV, STOR
7117	HEMMABIOPAKET
7118	MP3-SPELARE
7206	DIGITALKAMERA
7305	MUSIKINSTRUMENT
7119	SPELKONSOL
7506	SKIDUTRUSTNING
7512	SPORTARTIKLAR
7513	FRILUFTSARTIKLAR
7601	LEKSAKER
7907	FÄRGPATRON BLÄCKSTRÅLESKRIVARE
9519	DAGENS LUNCH, RESTAURANG
9559	DAGENSLUNCH, PERS. MATSAL
9216	RAKAPPARAT
9225	KOSMETIKA
9226	HÅRKLIPPNING
9303	UR
9305	SMYCKE
9306	BARNVAGN
9318	VÄSKA
9320	BILBARNSTOL
4623	DÖRR
6410	UTRUSTNING, BORDSTELEFON
5307	ELSPIS

Följande produktgrupper bytte kvalitetsvärderingsmetod fr.o.m. februari 2014.

Produktgrupp	Produktgruppsnamn
4619	DISKBÄNK
5205	GARDIN OCH GARDINTYG
5408	KASTRULL
5531	SALLADSSKÅL
7506	SKIDUTRUSTNING
9318	VÄSKA

Bilaga 3: Anvisningar till intervjuerna vid val av produkt och vid byte

Vid urval första gången en produkt prismäts och vid byte får intervjuaren följande anvisning:

Den produktvariant som intervjuerna skall prisnotera måste uppfylla kraven i produktbeskrivningen. Om det finns ett intervall **angivet** för kvantiteten, t ex 70-75 cl, får den utvalda variantens kvantitet inte vara utanför intervallet. Intervjuerna anger vilken kvantitet inom intervallet den utvalda produkterbjudandevarianten har. Om en bestämd kvantitet finns angiven, t ex 1 st., accepteras ingen annan kvantitet.

Om det finns flera olika varianter som faller inom produktdefinitionens ram så skall intervjuerna välja ut den variant inom produktdefinitionens ram, som är den mest sålda i butiken. Det är viktigt att intervjuerna undviker att notera enstaka och svårsålda artiklar. Detta är speciellt viktigt att tänka på när det gäller exempelvis skor.

Vissa representantprodukter A eller B i produktbenämningen då det finns två representantprodukter med samma definition. A skall i princip vara mest sålda och B näst mest sålda. Om det finns ett flertal varianter som är mycket sålda är det eftersträvansvärt om A och B får representera olika fabrikat.

Om intervjuerna finner flera varianter som är mycket sålda bör välja bland den som också är mest lik föregående variant (gäller ej basen för nya noteringsställen).

Om en produktvariant har reapris eller kampanjpris kan intervjuerna ändå välja den om den uppfyller övriga villkor. Priset skall i princip inte vara styrande i valet av variant. Om butiken inte har någon variant som stämmer med produktdefinitionen, skall intervjuerna ange detta med produktsignal 55.

Vid byte av produktvariant får intervjuaren följande anvisning:

Vid byte av produktvariant för en kvalitetsvärderingsprodukt registreras aktuellt pris, ordinarie pris, prissignal (21, 22 eller 23), kvalitetsriktning, ”bättre”, ”sämre” eller ”lika” och ett belopp i kronor för kvalitetskillnaden. Dessutom bör skriva in en lokal beskrivning för den nya produktvarianten. Kvalitetsriktningen anger om den nya produktvarianten anses ha bättre, sämre eller lika kvalitet med den gamla varianten. Beloppet som ska anges ska vara utan tecken (+ eller -) eftersom detta redan framgår av kvalitetsriktningen (minus ger fel i beräkningen).

I KPI:s databassystem utförs en kvalitetsjusteringsberäkning automatiskt med den data som har levererats. Beräkningen justerar baspriset så att det är anpassat till den nya produktvarianten. I beräkningen ingår föregående baspris, aktuellt ordinarie pris, och kvalitetskillnadsbeloppet med kvalitetsriktningen.

Här följer exempel på samtliga tre fall.

I det här fallet anser du att den nya varianten har högre kvalitet än den gamla och att 100 kronor av prisförändringen är en kvalitetsförbättring.

Kvalitetsriktning

1 Bättre kvalitet
 2 Sämre kvalitet
 3 Lika bra kvalitet

Kvalitetsbelopp

100

Kommentar

Kvalitetsskillnaden uppskattas till 100 kr

I det här fallet anser du att den nya varianten har lägre kvalitet än den gamla och att 100 kronor av prisförändringen är en kvalitetsförsämring.

Kvalitetsriktning

1 Bättre kvalitet
 2 Sämre kvalitet
 3 Lika bra kvalitet

Kvalitetsbelopp

100

Kommentar

En kvalitetsförsämring med 100 kronor

I det här fallet anser du att det inte är någon skillnad på den gamla och den nya varianten.

Kvalitetsriktning

1 Bättre kvalitet
 2 Sämre kvalitet
 3 Lika bra kvalitet

Kvalitetsbelopp

0

Kommentar

Ingen kvalitetsskillnad mellan nya och gamla produktvarianterna.

Principer för kvalitetsvärdering

Med kvalitetsskillnad avses skillnad i material och utförande. Skillnader som beror på modets växlingar räknas inte till kvalitetsskillnader. De faktorer hos produkterna du skall bedöma är exempelvis funktion, komfort, livslängd, säkerhet, garanti och hur lättskött produkten är.

Skillnaden i kvalitet skall värderas ur konsumentens synvinkel. Skillnader i t.ex. tillverknings- och distributionskostnader skall därför inte beaktas vid värderingen.

Man skall i stället försöka bedöma hur genomsnittskonsumenten upplever skillnader i material och utförande. Detta är svårt och det innebär i praktiken att man måste redovisa hur man själv bedömer skillnaderna.

Två produktvarianter skiljer sig oftast på en rad olika punkter. Ett sätt att föra värderingen kan därför vara att göra värderingen punkt för punkt i kronor och summera värdena för de olika punkterna.

Exempel: Mikrovågsugns egenskaper

- Volym
- Effekt
- Fristående

Exempel: Diskmaskinens egenskaper

- Kuvert (12-14)
- Fristående (ej integrerad)
- Vitt hölje
- Bredd 60 cm

Intervjuarna skall bortse från storleken på prisskillnaden mellan produkterna. Om prisskillnaden är stor behöver det inte innebära att kvalitetsskillnaden är stor. Kvalitetsskillnad kan också finnas trots att priset är detsamma. Det är vanligt att företag kompenserar sig för kostnadsökningar när de introducerar nya modeller av en produkt, varför ett högre pris inte behöver betyda att den nya modellen har högre kvalitet än den gamla.