

STATISTIKENS FRAMSTÄLLNING

Livsmedelsförsäljning fördelad på varugrupper

Ämnesområde

Handel med varor och tjänster

Statistikområde

Inrikeshandel

Produktkod

HA0103

Referenstid

Kalenderår 2018

Kontaktuppgifter

Statistikansvarig myndighet	SCB
Kontaktinformation	Daniel Wester ES/NS
E-post	daniel.wester@scb.se
Telefon	010-479 68 37

Innehåll

1	Statistikens sammanhang.....	3
2	Undersökningsdesign	3
2.1	Målstorheter	3
2.2	Ramförfarande	3
2.3	Förfaranden för urval och uteslutning	4
2.3.1	Urvalsförfarande.....	4
2.3.2	Uteslutning från insamling (cut-off)	4
2.4	Insamlingsförfarande.....	5
2.4.1	Datainsamlingsmetoder	5
2.4.2	Mätning.....	5
2.4.3	Bortfallsuppföljning	6
2.5	Bearbetningar.....	7
2.6	Granskning.....	9
2.6.1	Granskning under insamlingen	9
2.6.2	Granskning av mikrodata	9
2.6.3	Granskning av makrodata	9
2.6.4	Granskning av redovisning	9
2.7	Skattningsförfarande	10
2.7.1	Principer och antaganden	10
2.7.2	Skattningsförfarande för målstorheter.....	11
2.7.3	Skattningsförfarande för tillförlitlighet.....	11
2.7.4	Röjandekontroll	12
3	Genomförande	12
3.1	Kvantitativ information.....	12
3.2	Avvikelser från undersökningsdesignen	12

1 Statistikens sammanhang

Statistiken om livsmedel bygger till största delen på insamlade datakassaregister från de 4 stora livsmedelblocken ICA, Kooperationen, Axfood och Bergendahls. Från och med 2008 ingår även Circle K och Reitan.

Uppgifter från de övriga företagen som finns inom livsmedelsbranschen samlas in var tredje år och då via en enkät.

Uppgifterna om livsmedel publiceras i ett Statistiskt meddelande och tabeller i Statistikdatabasen cirka 9,5 månad efter referensårets slut.

I detta dokument beskrivs design och genomförande av livsmedelsstatistiken. Dokumentet kompletterar kvalitetsdeklarationen för livsmedelsstatistiken som finns tillgänglig på www.scb.se/ha0103 under rubriken Dokumentation.

2 Undersökningsdesign

2.1 Målstorheter

Målstorheterna för livsmedelsstatistiken är totalt försäljningsvärde (total omsättning) för livsmedel och drycker fördelat på varugrupper. Totalt försäljningsvärde redovisas i både löpande och i fasta priser (volymförändring jämfört mot tidigare år). Total omsättning delas även upp i försäljning av egna märkesvaror (EMV) samt försäljning av ekologiska varor.

2.2 Ramförfarande

Målobjekt i undersökningen är företag. Målpopulationen består av de företag som har försäljning av livsmedel och/eller drycker under referensåret. För att skapa undersökningens rampopulationen över företag används Företagsdatabasen på SCB. För att tillhöra rampopulationen ska företaget anses ha bedrivit verksamhet under året, dvs. varit aktivt. Ett företag anses vara aktivt enligt Företagsdatabasen om det är arbetsgivarregistrerat, finns i momsregistret eller är registrerat för F-skatt.

Ett statistikregister skapas som en frysning av Företagsdatabasen fyra gånger per år, varav ett tillfälle är i november. Statistikregistren innehåller endast aktiva företag vid tillfället för frysningen. För de flesta årsundersökningar inom den ekonomiska statistiken bestäms rampopulationen från novemberversionen av Företagsdatabasen. I Livsmedelsstatistiken skapas dock rampopulationen genom att ta med samtliga företag som har haft försäljning av livsmedel någon gång under det aktuella referensåret.

Utöver ovanstående aktivitetskriterie görs avgränsningen av företag till rampopulationen efter sektor och bransch enligt följande (både 1 och 2 måste vara uppfyllt):

1. Företag som enligt Företagsdatabasen ingår i sektor 111-114 och 141-142. Det vill säga icke-finansiella företag inklusive enskilda firmor får ingå i rampopulationen.
2. Företag som enligt Företagsdatabasen har verksamhet inom SNI 47.1-47.3 samt 47.8 (enligt Standard för svensk näringsgrensindelning (SNI) 2007).

För att framställa rampopulationen används uppgifter från Företagsdatabasen och momsregistret (se 2.3.1). Kontaktvägen till uppgiftskällorna är företagsdatabasens adressuppgifter.

2.3 Förfaranden för urval och uteslutning

2.3.1 Urvalsförfarande

Den totala försäljningen av livsmedel och drycker för ett referensår baseras på uppgifter i företagets momsdeklaration som företagen redovisar till Skatteverket. Deklarationerna sammanställs sedan till ett heltäckande administrativt register (momsregister), från vilken SCB beräknar fram den totala försäljningen av livsmedel och drycker (se 2.4.1).

För att fördela försäljningen på varugrupper har SCB fått tillgång till datakassaregister från de allra största företagen i rampopulationen (se 2.4.1).

För att komplettera uppgifterna från datakassaregistren genomför SCB en enkätundersökning vart tredje år (den så kallade servicehandelsundersökningen). I servicehandelsurvalet ingår inte de företag som lämnar uppgifter via datakassaregister.

I servicehandelsundersökningen är urvalsdesignen ett stratifierat obundet slumpmässigt urval (OSU). Stratifieringen av urvalsramen görs efter bransch och storlek (försäljningsvärde beräknad från momsregistret och/eller antal anställda från Företagsdatabasen).

2.3.2 Uteslutning från insamling (cut-off)

Företag som i målpopulationen har en försäljning av livsmedel och drycker som understiger 500 tkr utesluts från möjligheten att ingå i datainsamlingen i servicehandelsundersökningen.

2.4 Insamlingsförfarande

2.4.1 Datainsamlingsmetoder

För att genomföra livsmedelsförsäljningsstatistiken har en rad olika källor använts:

- Datakasseregister inhämtade centralt direkt från de fyra dagligvarublocken ICA, Kooperationen, Axfood och Bergendahl, samt Statoil och Reitan servicehandel (Pressbyrån och SevenEleven). Datakasseregisterna inkommer till SCB i mars-april, alltså cirka 3-4 månader efter referensårets slut och skickas i Excelfiler via mail till SCB. Registerna innehåller all försäljning per vara, för respektive block, under aktuellt referensår.
- Enkätundersökning (Servicehandelsenkäten) av företag som finns inom SNI 47.1-47.3 samt 47.8 men inte ingår bland de kedjor varifrån datakassaregister erhålls från, enligt ovan. Enkätundersökningen görs endast vart tredje år och uppgifterna samlas in under maj-juni månad, alltså 5-6 månader efter referensårets slut. I enkäten ska varje företag fördela deras omsättning för aktuellt referensår på förtryckta varugrupper.
- Momsregistret används för de företag som har handeln som bransch enligt FDB men som inte ingår i varken insamlingen av datakassaregisterna eller enkätundersökningen. För dessa företag har momsskattesatsen (12 procent) som gäller för livsmedelsförsäljning använts för att skatta deras försäljning. Momsregistret är ett levande register som får uppgifter från Skatteverket kontinuerlig under hela året.

Datakasseregisterstatistiken har varit utgångspunkten för genomförandet av undersökningen. Uppgifterna har inhämtats centralt ifrån företagen. Datakasseregisterstatistiken har klassificerats från den unika produktnivån (oftast EAN-kod) till den för konsumentprisindex (KPI) anpassade varugrupsnivån för livsmedel och drycker. Dessa varugrupper uppfyller även Nationalräkenskapernas behov av varugrupper.

Användningen av datakassaregistersstatistik, administrativa material och av urvalsundersökningar utgör ett led i SCB:s strävan att begränsa företagens uppgiftslämnande.

2.4.2 Mätning

Mätinstrumentet är ett elektroniskt frågeformulär som skickas ut till de uppgiftslämnare som inte samlas in via datakassaregister.

I frågeformuläret skall företaget fylla i livsmedelsförsäljningen för undersökningsåret fördelad på varugrupper, vilka är anpassade efter företagens bransch. I frågeformulärets instruktioner anges att livsmedelsförsäljningen skall vara exklusive moms. Vid resultatredovisning räknas det sedan om till att inkludera moms.

I frågeformuläret anges vilken bransch företaget tillhör. Om branschen inte stämmer har företaget möjlighet att beskriva sin huvudsakliga verksamhet.

De datakasseregister som inhämtas från de fyra stora blocken samt Circle K och Reitan inkommer till SCB i Excelfiler som skickas via mail.

Momsuppgifter som används till att skatta nivåer bygger på företagens deklARATIONER som samlas in av Skatteverket och som sedan SCB får tillhanda.

2.4.3 Bortfallsuppföljning

Då slutgranskningen startar tas en lista ut på de stora företag (olika branschgrupper har olika gränser men oftast storleksgrupp 4) som inte svarat och vilka granskaren nu en sista gång försöker få in uppgift ifrån. Kommer inte uppgifter in så medelvärdesimputeras företaget.

För de mindre företagen (olika branschgrupper har olika gränser men oftast storleksgrupp 1-3) som inte svarat kompenseras bortfallet genom omviktning.

Bortfall förekommer enbart bland de företag som undersöks via enkät. Eftersom det kan vara svårt att upptäcka partiella bortfall, då det inte finns några uppgifter att jämföra emot, mäts endast objektbortfallet. Däremot om företag lämnar fel nivå på omsättningen kan detta upptäckas med att jämförelse sker med momsuppgifter. Inga andra mätningar av bortfallet görs än ovan nämnda.

2.5 Bearbetningar

Registren från de olika dkr-leverantörerna har inte någon enhetlig form. Vi måste därför anpassa datamottagandet för varje kedja.

Vi skall för 100-tals varugrupper beräkna detaljhandelsförsäljningen i kronor under ett år för varje kedja. Varugrupper som inte utgörs av livsmedel har också kodas.

Avsikten med att tilldela koder till produkter i försäljningsstatistiken är att möjliggöra försäljningsberäkningar för hela dagligvaruhandelns försäljning. Produkter som inte är livsmedel och som ännu inget arbete är nedlagt på att koda får värdet "y". Värdet "x" ges för ej identifierade produkter som troligtvis är livsmedel. Dessa är alltså temporära värden under arbetets gång.

Vi arbetar med en uppsättning kodnycklar för att koda varje post i varje register. Registren förändras relativt kraftigt från år till år. En uppsättning är att en tredjedel av posterna försvinner och lika mycket kommer till. EAN-nummer som försvinner ena året kan komma tillbaka några år senare men då för en helt annan produkt. Därför väljer vi att arbeta med en uppsättning kodnycklar för respektive år men självklart utnyttjar vi tidigare års arbete.

Steg 1

Vi har fått ett eller två register från varje kedja; för stormarknader och butiker. Vi skapar av dessa indata ett register per kedja med alla förekommande produkter (EAN-koder) och summerar samtidigt försäljningen för varje produkt.

Steg 2

Vi matchar respektive kedjas produktregister mot kedjespecifika nycklar med hjälp av kedjornas egna varugrupperkoder. Här får vi första "förslag" till SCB:s mest detaljerade varugrupperkod.

Steg 3

Vi skapar ett stort produktregister genom att matcha de olika kedjornas produktregister med EAN-kod. EAN-koden är enda gemensamma variabel. För varje produkt finns nu alltså bara en post (rad) men många variabler. Detta är stommen till det som skall bli årets EAN-nyckel.

Steg 4

För poster som inte matchar mot föregående års EAN-nyckel sätter vi den kod som de flesta av de sex kedjorna preliminärt har fått från de

egna nycklarna. Nu har vi första versionen av aktuellt års EAN-nyckel. Den är så stor att den delas upp i tio Excel-filer.

Steg 5

Jobbet är nu att granska denna nyckel och sätta en kod på rader som saknar kod och med de tillfälliga koderna "x" och "y" samt rader där de maskinellt satta koderna från kedjorna var olika. Det är orimligt att granska hela registret, därför prioriteras rader med stort försäljningsvärde och stor osäkerhet.

Körningar

Arbetet utförs med Excel och SAS. Tabeller och nycklar lagras i Excel och där rättar och kodar vi enstaka produkter. SAS används för att matcha och maskinellt sätta "preliminära" koder till stora mängder av poster och med SAS-program skriver vi sedan ut nya versioner av tabeller i Excel-format. Några tabeller, som inte skall granskas manuellt, lagras i SAS.

Indata är endast tabeller över de förekommande EAN-posterna hos ICA, KF och Axfood samt förra årets nyckel. Dessa matchas och i tusentals fall finns enbart en eller två av dessa.

Programmet skapar tre indikatorer beroende på vilka poster som bör granskas extra noga. Alla tre indikatorerna kan också anta olika värden beroende på om den ingående posten är viktig eller inte. Det som prioriteras är om varan är ny eller om den har stort försäljningsvärde.

Datakasseregisterstatistiken genomgår först en, som beskrivits ovan, omfattande maskinell kodning. Idag finns det **cirka 190 000** produkter i SCB:s register som säljs med den 12 procentiga momsatsen. Denna första maskinella kodning bygger på livsmedelsblockens egna varugrupper. Därefter har produkterna granskats och kodats manuellt efter tre kriterier:

- Storlekskriterium - omsättningen för produkten ingår i en grupp produkter som svarar för sammanlagt mer än cirka 95 procent av den totala livsmedelsförsäljningen (cirka 5 000 produkter).
- Samstämmighet för en EAN-produkt mellan olika livsmedelsblock.
- EAN-produkten är ny för året.

Största delen av ekologiska varor och egna märkesvaror är redan kodade i de datakasseregister som vi får till SCB men via program

som tar hänsyn till vad varan till exempel heter så kan fler varor kodalas.

2.6 Granskning

2.6.1 Granskning under insamlingen

De enkäter som samlas in har vid registreringen automatiska kontroller som främst avser summakontroller samt att försäljningen har hamnat på de variabler som branschen använder sig av.

2.6.2 Granskning av mikrodata

Datakasseregisterna skickas till SCB i Excelformat via mail och vid leveransen genomförs vissa enkla kontroller för att se om materialet verkar rimligt. De kontroller som utförs är att antalet rader är ungefär det samma som föregående år samt totala försäljningen är i paritet med året innan. Finns det misstänka fel kontaktas respektive företaget. Övrig granskning av datakasseregisterna beskrivs ovan i punkt 2.5.

De urvalsundersökta företagens uppgifter granskas mot momsregistret för att inte lämnad omsättning ska vara i fel nivå. Uppgifterna kontrolleras också så att de ligger på de förväntade varugrupperna för företagets bransch. Skulle företaget lämna väldigt stor post på övrigt, utan att kommentera, tar granskaren kontakt med uppgiftslämnaren via mail eller telefon.

2.6.3 Granskning av makrodata

Vid makrogranskningen jämförs försäljningsuppgifterna på varugrupp med föregående år. Vid misstänkt avvikelse av en varugrupp granskas mikrodata till den avvikande varugruppen.

2.6.4 Granskning av redovisning

Inför publicering granskas samtliga delar av materialet efter laddning i SCB:s webbpubliceringsverktyg och efter laddning i statistikdatabasen.

SCB kontrollerar att alla tabeller finns med och att ingen av dem är tom eller innehåller obegripliga värden. Rubriker och förklaringar till tabeller och diagram granskas så att de är korrekta.

Granskningen genomförs genom att samma tabeller tas fram med parallella produktionskript.

2.7 Skattningsförfarande

2.7.1 Principer och antaganden

Då datakasseregisterstatistiken inte är heltäckande så görs antagandet att den del av försäljningen som inte täcks av datakasseregisterstatistiken har samma fördelning som den del som täcks av datakasseregisterstatistiken för respektive dagligvarublock och butikstyp.

Bland de företag som inte ingår i datakassablocken görs ett obundet slumpmässigt urval (OSU). Detta görs inom varje stratum och stratifieringsvariabeln är företagets omsättning. För de företag som inte får en enkät antas att de har samma fördelning som de urvalsundersökta företagen.

Ekologisk och EMV försäljning

För att skatta försäljningen som sker utanför dagligvaruhandeln gällande de ekologiska varorna samt försäljning av egna märkesvaror har vi antagit att samma fördelning gäller för hela livsmedelsförsäljningen som för dagligvaruhandeln.

2.7.2 Skattningsförfarande för målstorheter

Beräkningarna av livsmedelsnivån bygger på en matchning av urvalsramen mot momsregistret. I momsregistret finns den 12 procentiga momssatsen som används för livsmedel. Skattningar från datakassaregistren och enkätundersökningar görs för hälsoprodukter som säljs med 12 procents momsskattesats vilka subtraheras ifrån den i momsregistret framräknade livsmedelsnivån. Då restaurangmomsen sänkts till 12 procent från och med 2012 har uppgifter även samlats in gällande eventuell serveringsverksamhet och sedan även subtraheras från den i momsregistret framräknade livsmedelsnivån. Övrig 12 procent mervärdeskatteomsättning hänförs till livsmedel. För alkoholvarorna som säljs på Systembolaget direkt till konsument har uppgifter inhämtats direkt ifrån Systembolaget.

I Servicehandelsenkäten har uppgifter efterfrågats för företagets nedbrytning av nettoomsättningen exklusive moms fördelat på olika produktgrupper. Nettoomsättningen exklusive moms räknas sedan om till begreppet för Livsmedelsförsäljningen, inklusive moms. Livsmedelsförsäljning som fås i Servicehandelsenkäten kalibreras mot den livsmedelsförsäljningsnivå som nåtts vid beräkningarna. EMV och Ekologisk försäljning beräknas som en delpost av den totala livsmedelsförsäljningen.

I slutbearbetningen av Livsmedelsförsäljningsstatistiken görs vissa modellantaganden för företag som inte ingår i ett livsmedelsblock. Då dessa företag endast behövt besvara vissa aggregerade varugrupper i Servicehandelsenkäten har resultatet ifrån dessa varugrupper fördelats till mer detaljerade varugrupper med hjälp av en modell som baseras på livsmedelsblockens försäljning.

Fastprisberäkning

Försäljningsvärden tas fram för de 200 varugrupperna summerat för hela handeln (SNI 47). Implicita prisindex fås från Nationalräkenskaperna för 44 varugrupper. Dessa prisindex görs om så att de får 2000 som basår. Därefter används detta omräknade prisindex med 2000 som basår för att deflatera (dividera) försäljningen i löpande priser och försäljning i fasta priser nås.

2.7.3 Skattningsförfarande för tillförlitlighet

Inga osäkerhetsmått tas fram inom livsmedelsstatistiken

2.7.4 Röjandekontroll

Eftersom uppgifterna redovisar på grov nivå finns ingen risk för röjande.

3 Genomförande

3.1 Kvantitativ information

Urvalet för de företag som inte ingår i insamlingen av datakasseregisterna består av totalt 516 företag. Det ovägda svarsbortfallet uppgick till 47 procent bland de företag som svarade via enkät.

Uppgifterna publiceras årligen cirka 9,5 månad efter mättidpunktens slut.

3.2 Avvikelser från undersökningsdesignen

Inga avvikelser finns att redovisa