

Slutrapport

Handelsmarginalundersökningen

Sammanfattning	4
1 Projektets bakgrund och syfte.....	5
1.1 Bakgrund.....	5
1.2 Syfte	5
2 Beskrivning av hur projektet har arbetat	5
3 Beskrivning av Handelsmarginalundersökningen.....	7
3.1 Processteget Fastställ behov	7
3.1.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet.....	7
3.1.2 I framtida produktion.....	7
3.2 Processteget Designa och planera.....	8
3.2.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet.....	8
3.2.2 I framtida produktion.....	8
3.3 Processteget Skapa och testa	8
3.3.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet.....	8
3.3.2 I framtida produktion.....	9
3.4 Processteget Samla in	9
3.4.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet.....	9
3.4.2 I framtida produktion.....	10
3.5 Processteget Bearbeta	10
3.5.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet.....	10
3.5.2 I framtida produktion.....	10
3.6 Processteget Analysera	10
3.6.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet.....	11
3.6.2 I framtida produktion.....	11
3.7 Processteget Redovisa och kommunicera.....	11
3.7.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet.....	11
3.7.2 I framtida produktion.....	11
3.8 Processteget Utvärdera och återkoppla.....	11
3.9 Processteget Stöd och infrastruktur	12

3.9.1	<i>Genomfört inom utvecklingsprojektet</i>	12
3.9.2	<i>I framtida produktion</i>	12
4	Undersökningens kvalitet	12
4.1	Tillförlitlighet	12
4.1.1	<i>Tillförlitlighet totalt</i>	12
4.1.2	<i>Osäkerhetskällor</i>	12
4.1.2.1	Urval	12
4.1.2.2	Ramtäckning	14
4.1.2.3	Mätning.....	14
4.1.2.4	Svarsbortfall.....	15
4.1.2.5	Bearbetning.....	16
4.1.2.6	Modellantaganden.....	16
4.1.3	<i>Redovisning av osäkerhetsmått</i>	17
4.2	Jämförelse med norsk undersökning	17
4.2.1	<i>Bakgrund</i>	17
4.2.2	<i>Jämförelse</i>	17
5	Nytta med undersökningen	17
5.1	Nationalräkenskaperna (NR)	17
5.2	Andra användningsområden.	18
5.3	Invändningar mot undersökningen	19
6	Resurser	20
6.1	Genomfört inom utvecklingsprojektet.....	20
6.1.1	<i>Uppgiftslämnarbörda</i>	20
6.1.2	<i>Kostnad</i>	20
6.2	I framtida produktion	20
6.2.1	<i>Uppgiftslämnarbörda</i>	20
6.2.2	<i>Kostnad</i>	20

Sammanfattning

Det finns ett stort behov hos NR av information om faktiska produktvisa handelsmarginaler, fördelade på parti-, detalj- och motorhandeln. Resultaten kan signifikant förbättra tillgångs- och användningstabellerna (T/A-tabellerna) och därmed BNP-beräkningarna. Information om produktvisa handelsmarginaler behövs inte årligen utan en intermitterande undersökning, t ex. vart tredje eller vart femte år, bedömer NR i så fall vara rimligt.

Undersökningarna för detalj- och partihandeln tycks generellt ha lyckats väl. Undersökningen av motorhandeln pågår för närvarande, men erfarenheterna därifrån kan förväntas vara i linje med de från detalj- och partihandelsundersökningarna.

Svarsfrekvensen var generellt sett låg, särskilt med tanke på att undersökningen hade uppgiftslämnarplikt. Som i alla undersökningar är ett stort bortfall problematiskt, då det kan orsaka skevhet i resultaten. Det är därför viktigt att man i en eventuellt kommande undersökning lägger ned kraft på att förbättra svarsfrekvensen. Syftet med undersökningen är att få in tillräckligt många observationer per produktgrupp för att på så sätt få ett bra underlag för beräkningen av de relativa handelsmarginalerna, som sedan appliceras på FEK:ens branschtotaler. Genom att utnyttja kända uppgifter från FEK erhålls ändå ett visst skydd mot bortfallsbias jämfört med att inte utnyttja denna information.

En del svagheter i tillförlitligheten finns i det resultat som har tagits fram. Detta beror främst på att undersökningen genomfördes för första gången, snarare än på modellen som sådan. Vid nästa produktionsomgång kan vi förbättra tillförlitligheten genom att justera urvalsstorlek och stratifiering för att effektivt täcka de önskade produktgrupperna.

Branschorganisationer har, genom NNR, haft en del invändningar under samrådsförfarandet. Man ansåg dels att uppgifterna är känsliga för företagen att lämna ut och dels ifrågasatte man nyttan med uppgifterna, eller åtminstone såg man ett pedagogiskt problem att förklara nyttan för uppgiftslämnarna. SCB valde att ändå genomföra undersökningen.

NR kan i dagsläget inte bedöma den faktiska nyttan med undersökningen pga ett antal andra faktorer och eventuella förändringar som påverkar helhetsbilden. Däremot har man tillsatt ett projekt som under januari-maj 2009 ska utvärdera resultaten från HMU, implementera HMU där det är tillämpligt samt beräkna parti- och detaljhandel var för sig.

SCB:s kostnad för undersökningen beräknas bli runt 900 tkr per produktionsomgång (totalt för detalj- parti- och motorhandeln) vid normal produktion utan större utveckling. För uppgiftslämnarna bedöms den totala kostnaden bli runt 1600 tkr.

1 Projektets bakgrund och syfte

1.1 Bakgrund

Emmaprojektet eller paraplyprojektet för förbättring av den ekonomiska statistiken omfattar förbättringsförslagen i åtgärdsplanen för den ekonomiska statistiken samt ytterligare ett antal förbättringar av den ekonomiska statistiken som aktualiserats under de senaste åren. Åtgärdsplanen har sin utgångspunkt i utredningen om översyn av den ekonomiska statistiken (SOU 2002:118). Utredningen föreslog ett nivålyft av den ekonomiska statistiken. Ett sådant område som utredningen pekade ut som bristfälligt var handelsmarginalberäkningarna i de svenska nationalräkenskaperna. Därför genomfördes, som ett Emmaprojekt, under 2007-2008 för första gången Handelsmarginalundersökningen och de förberedelser och utveckling som krävdes för det.

1.2 Syfte

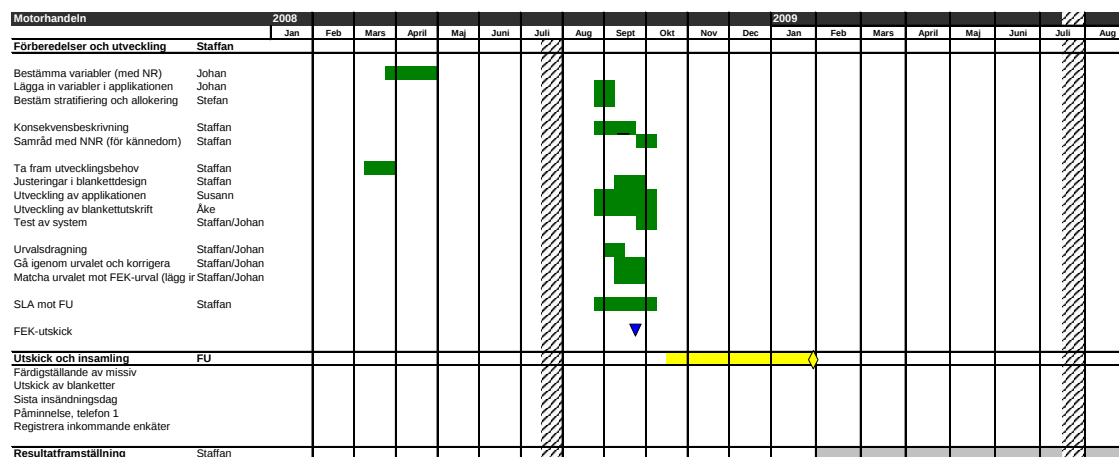
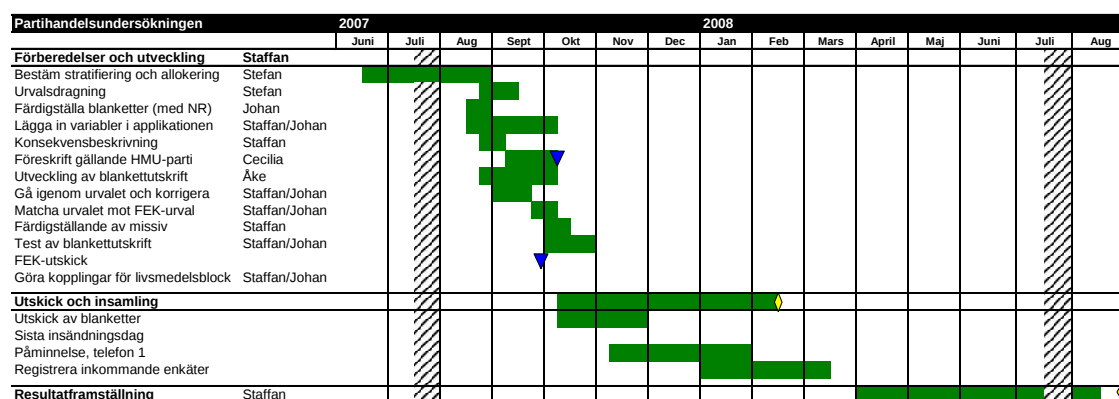
Syftet med projektet är att utvärdera möjligheterna och nyttan med en återkommande handelsmarginalundersökning.

2 Beskrivning av hur projektet har arbetat

Projektet har haft arbetsmöten löpande under projektets gång, sedan september 2006. Projektet är ännu inte avslutat eftersom undersökningen av motorhandeln pågår. Denna del blev senarelagd eftersom HMU, under projektets gång, knöts tätare till FEK och vi måste därför invänta insamling och resultat därifrån. Deltagarna på dessa möten har varierat, beroende på fas i projektet och innehållet på dagordningen. Minnesanteckningar finns under P:/Prod/NA/Handelsmarginaler/Minnesanteckningar/. Mycket korrespondens har också skett per e-post under projektets gång.

Följande tidsplaner har använts för de olika delundersökningarna:

Detaljhandselsundersökningen		2007												2008							
Aktivitet (underaktiviteter)	Ansvarig	Jan	Feb	Mars	April	Maj	Juni	Juli	Aug	Sept	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mars	April	Maj	Juni	Juli	Aug
Pilotundersökning	Staffan																				
Urvalsdragnin	Staffan																				
Val av pilotföretag	Staffan/Johan																				
Färdigställ blanketter till pilot	Staffan/Johan																				
Utskick av pilot	Staffan/Johan																				
Jobba med inkommande enkäter	Staffan/Johan																				
Förberedelser och utveckling	Staffan																				
Urvalsdragnin	Staffan																				
Föreskrift gällande HMU	Cecilia																				
Färdigställa blanketter (med NR)	Johan																				
Färdigställande av missiv	Staffan																				
Ta fram systemapplikation	Staffan/Johan																				
Lägga in variabler i applikationen	Staffan/Johan																				
Göra kopplingar för livsmedelsblock	Staffan/Johan																				
Utskick och insamling																					
Utskick av blanketter																					
Sista insändningsdag																					
Påminnelse, telefon 1																					
Registrera inkommande enkäter																					
Resultatframställning	Staffan																				



Följande personer har någorlunda regelbundet deltagit i projektet och undersökningen. Även andra på SCB har i olika sammanhang gjort mer tillfälliga insatser, vilket varit till stor hjälp.

Projektleddare: Staffan Bååth Wikstedt, ES/NS

Projektdeltagare: Daniel Lennartsson, ES/NS
Catarina Nordström, ES/NS
Johan Åhman, ES/NS

Metod: Stefan Berg, PCA/MFFM

System: Susann Gustavsson, PCA/IT2 (tidigare Henrik Lindström)
Åke Norén, PCA/IT2

NR: Katarina Johansson, NR/FSR

FU: Göran Grabö, DFO/FU

Projektet (för partihandeln) presenterades också av Johan Åhman på Voorburg-konferensen i Mexico 2008 där det rönt stort intresse.

3 Beskrivning av Handelsmarginalundersökningen

Nedanstående beskrivning görs utifrån de processteg som ingår i SCB:s statistikproduktionsprocess. Eftersom det är första gången undersökningen genomförs, så har naturligtvis en hel del nytutveckling krävts. I en utvärdering av projektet och undersökningen är även det kommande arbetet i produktion intressant att kvantifiera och belysa. Därför redovisas här både utvecklingsarbete, dvs det som gjorts inom projektet, samt även det kommande löpande arbete som förväntas uppstå vid en återupprepning av undersökningen.

3.1 Processteget Fastställ behov

Uppgifter om handelsmarginaler, på såväl bransch- som produktnivå, är en viktig del i BNP-beräkningarna.

Detaljerade uppgifter om produktvisa handelsmarginaler, i både parti-, detalj- och motorhandeln, har i princip inte funnits i Sverige. De produktvisa marginalandelar som idag finns i tillgångs- och användningstabellerna baseras dels på viss historisk information samt bedömningar och justeringar i samband med balansavstämningar.

Syftet med handelsmarginalundersökningarna (HMU) är att ge nationalräkenskaperna (NR) information om faktiska produktvisa handelsmarginaler fördelat på parti-, detalj- och motorhandelsbranscherna. Resultaten kan alltså signifikant förbättra tillgångs- och användningstabellerna (T/A-tabellerna) och därmed BNP-beräkningarna.

Statistiken aggregeras och används i NR på en grov produktgrupp-nivå. Bakgrundsanalyser sker dock på mer detaljerad nivå.

Den viktigaste frågan här är vilken nivå av detaljeringsgrad det ska vara på de produktgrupper som används i undersökningen. En avvägning mellan NR:s behov och en rimlig börda för uppgiftslämnarna måste här göras, samtidigt som samstämmighet med FEK:ens produktgrupper bör eftersträvas.

3.1.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet

Ett ganska omfattande arbete har lagts på att ta fram lämpliga produktgrupper för detalj-, parti- och motorhandeln var för sig. För detaljhandeln beslutades om 88 produktgrupper. Partihandeln blev mer detaljerad med 131 produktgrupper, medan det räckte med 37 produktgrupper inom motorhandeln.

3.1.2 I framtida produktion

En ordentlig översyn av produktgrupperna bör göras utifrån erfarenheterna från de nu genomförda undersökningarna. Detta kan resultera i en mer effektiv stratifiering eftersom vi där strävar efter tillräckligt stort antal träffar på varje produktgrupp. Dessutom bör övervägas om vissa produktgrupper ska tas bort eftersom omsättningen där är mycket liten.¹ Vid nästa undersökningstillfälle kommer dessutom SNI2007 att

¹ Två dokument med erfarenheter från undersökningen 2006-2007 finns med namnen "Kommentarer till resultatet" (2008-11-07) och "Förändringsförslag HMU" (2009-01-08).

användas och eventuella effekter av detta, på bransch- eller produktnivå, måste också ses över.

En liknande översyn bör göras vid varje undersökningstillfälle. Dels kan förändringar i NR:s behov uppstått och dels bör erfarenheter från förra undersökningstillfället alltid användas för att göra stratifieringen så effektiv som möjligt.

3.2 Processteget Designa och planera

De totala intäkterna och kostnaderna för de olika branscherna från FEK har vi redan och dessa uppgifter anses vara av god kvalitet. Från handelsmarginalundersökningen hämtar vi uppgifter om branschernas olika fördelning av handelsmarginaler mellan produkter och applicerar detta på totaler från FEK.

Detta ger en robust modell som dessutom är stabil i förhållande till FEK:en. Hela undersökningen blir på detta vis också mycket effektiv eftersom den utnyttjar befintlig information i FEK:en. Det skulle annars krävas ett avsevärt större urval för att ge samma resultat.

Eftersom urvalet inte sker som ett sannolikhetsurval, utan de största företagen i respektive bransch väljs ut, antar vi att större företag har samma relativa handelsmarginaler som mindre företag. Alltså inte nödvändigtvis att de har samma marginaler, men att förhållandet mellan deras olika produkters marginaler är proportionellt lika.

3.2.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet

Flera olika modeller har diskuterats och utvärderats under projektet. Den nu prövade modellen har ansetts vara den bäst lämpade. Det har diskuterats att helt integrera HMU i FEK:en, men nackdelen är att det skulle "tynga" FEK:en ganska mycket. HMU:n kan ju uppfattas som mycket detaljerad, vilket riskerar att försämra FEK:ens svarsinflöde och resultat.

3.2.2 I framtida produktion

Det finns ingen, nu känd, anledning att göra förändringar i undersökningsdesignen.

3.3 Processteget Skapa och testa

3.3.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet

Blankettdesignen testades i en pilotundersökning under januari-mars 2007. Där fick vi också en uppfattning om hur konceptet, definitioner och förklaringar fungerade.

Till en början designades ett antal icke-dynamiska blanketter som användes beroende på företagets bransch. Innehållet i dessa blev dock ganska omfattande på grund av antalet produktgrupper. Senare valdes att istället undersöka de största företagen i

respektive bransch, vilket i stor grad överlappar urvalet i FEK:en. Därmed kunde vi utnyttja de uppgifter som företagen lämnat i FEK:en, genom att förtrycka dessa uppgifter i HMU-blanketterna. Antalet rader i blanketterna kan på det viset minimeras. Detta underlättar för uppgiftslämnarna och resultatet blir också konsistent mot FEK:en.

Ett IT-system har skapats med hjälp av intermittenssystemet, vilket är fullt tillräckligt för att uppfylla de relativt enkla behov som finns. Blanketter genereras individuellt beroende på vilka variabler man angett försäljning inom i FEK:en. Om företaget inte har uppgifter i FEK:en (har inte lämnat eller ingår inte där) så väljs vilka produktgrupper som ska ingå i blanketten, beroende på bransch. Blankettgenereringen sker med SQL-kod i kombination med programvaran Crystal Reports.

3.3.2 I framtida produktion

En del förbättringar bör göras i systemet om undersökningen ska genomföras löpande. Framförallt vad gäller blankettutskriften, som bör bli mer flexibel för användaren. Kanske bör någon mer koppling göras till FEK:en också för att underlätta samgranskningen däremellan. För övrigt kan man räkna med en del mindre justeringar och förändringar vid varje produktionsomgång.

3.4 Processteget Samla in

Undersökningen är en enkätundersökning. Företagen svarar via brev. Det finns två typer av blanketter, en med förtryckta uppgifter från FEK och en utan dessa. Ca två tredjedelar av företagen ingår även i FEK. De uppgifter som de där lämnat förtrycks i HMU-blanketten för att underlätta för uppgiftslämnaren. Kostnaden för inköpta varor per produktgrupp (FEK-nivå) samt eventuellt finare fördelning inom produktgruppen (HMU-nivå) ska specificeras. Tack vare förtryckningen av uppgifter från FEK tas endast de relevanta produktgrupperna med i blanketten, vilket minskar omfattningen. I vissa fall slipper vi t.o.m. skicka ut HMU-blanketten då företaget endast redovisat försäljning på en produktgrupp.

De företag som inte inkommit med uppgifter i FEK samt de företag som inte ingår i FEK (en tredjedel av urvalet), får den andra typen av blankett. Denna har inga förtryckta uppgifter, men är anpassad med de produktgrupper som förväntas vara relevanta för aktuell bransch.

De största företagen i varje delbransch undersöks, för att täcka största möjliga omsättning (60-70%) samt för att säkerställa att uppgifter fås inom samtliga produktgrupper. Urvalet omfattar totalt 335 företag inom SNI 50, ca 600 företag inom SNI 51 och 600 företag inom SNI 52.

3.4.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet

Ett stort arbete har lagts ned på att göra en tillfredsställande stratifiering. En avvägning måste här göras mellan att hålla uppgiftslämnarbördan låg samtidigt som antalet träffar per produktgrupp måste vara tillräckligt stort.

För parti- och detaljhandeln samlades uppgifterna in av NS, vilket var mycket lärorikt och nyttigt. Vi fick då många insikter och erfarenheter, som var värdefulla i det pågående utvecklingsarbetet. Insamlingen av motorhandeln sköttes dock av FU, vilket bör ske för hela undersökningen i framtiden. Insamling via ELIS istället för postenkät har bedömts kräva mer resurser för utveckling än man skulle spara, ifall undersökningen bara skulle genomföras en gång. Vid en fortsättning av HMU bör man överväga om någon form av elektronisk insamling ska användas.

För att underlätta för uppgiftslämnarna tilläts man att skicka in en resultatrapport istället för en ifylld enkät. Rapporten ska då innehålla information om försäljning och kostnader på detaljerad produktnivå, men SCB sköter grupperingen till de önskade produktgrupperna.

3.4.2 I framtida produktion

En översyn av stratifieringen bör göras inför varje undersökningstillfälle, men med utgångspunkt ur föregående omgång. Man bör här även jämföra urvalet i förhållande till FEK:ens motsvarande branscher.

3.5 Processteget Bearbeta

Uppgifterna registreras manuellt i systemet. Om inkomna uppgifter inte överensstämmer med de som lämnades i FEK:en utreds detta och justeras. Om en delmängd av försäljningen inte kan fördelas på de efterfrågade produktgrupperna läggs detta antingen på en grövre produktgruppsnivå (FEK-nivå) eller på en övrigtpost.

3.5.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet

Enklare granskningskontroller har tagits fram för att upptäcka orimliga marginaler eller grovt felaktiga intäkter och kostnader, t.ex. fel tecken.

3.5.2 I framtida produktion

För varje omgång som undersökningen genomförs förbättras möjligheten till jämförelse och granskning. Granskningskontroller skulle t ex kunna jämföra inmatade värden med uppgifter från föregående produktionsomgång.

Förbättring av koden skulle kunna göras för att fördela data som endast lämnats på grövre produktgruppsnivå (FEK-nivå) till HMU-nivå.

3.6 Processteget Analysera

Datat bearbetas sedan i SAS, med återanvändningsbar kod och leveransfiler skapas slutligen också där.

Kontroll görs, innan leverans till NR, så att summorna (intäkter och kostnader) av uppgifterna överensstämmer med summorna från FEK.

Granskning görs också av rimligheten i uppgifterna på makronivå.

3.6.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet

Granskning av marginalerna på makronivå var vid denna första produktionsomgång svår eftersom det inte fanns så mycket att jämföra med. Det blev då en rimlighetsgranskning av uppgifterna. En jämförelse gjordes dock med en norsk motsvarande undersökning vilket bekräftade att resultatet verkade rimligt. Se mer om detta i avsnitt 5.2 *Jämförelse med norsk undersökning*.

3.6.2 I framtida produktion

För varje omgång som undersökningen genomförs förbättras möjligheten till jämförelse och granskning. Tidsserier är givetvis intressant att studera och kan användas till att analysera orsaker till förändringar.

Några förbättringar i databearbetningen kan förmodligen också göras för att få ut mer information i leveransfilerna och göra dessa mer färdiga för användning.

3.7 Processteget Redovisa och kommunicera

Materialet levereras i tabellform till NR. Produktgruppernas intäkter och marginaler presenteras där uppdelade på 2-siffrig SNI, eller 3-siffrig om sådan är möjlig.

3.7.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet

En muntlig presentation av framförallt utvecklingsarbetet och genomförandet av undersökningen, men även resultatet, genomfördes för NR för detalj- och partihandeln.

3.7.2 I framtida produktion

Någon form av granskningsdokumentation bör skrivas och levereras tillsammans med datat till NR.

3.8 Processteget Utvärdera och återkoppla

En viktig återkoppling är kvaliteten på handelsmarginalerna per produktgrupp. Om låg kvalitet beror på ett litet antal träffar, så bör stratifieringen ändras för att där höja kvaliteten. Det är dock inte säkert att detta är möjligt eller rimligt utan produktgruppen kanske ska tas bort eller slås samman med någon annan. Eller så finns det åtgärder att vidta för att minska bortfallet.

Även beskrivningar och förklaringar av produktgrupper bör utvärderas och förändras kontinuerligt om nödvändigt. Kontakterna med uppgiftslämnarna är här en viktig källa för förbättringar.

3.9 Processteget Stöd och infrastruktur

3.9.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet

Dokumentation av HMU finns idag i form av Beskrivning av statistiken (BAS).

3.9.2 I framtida produktion

BAS ska uppdateras (mindre justeringar) vid varje undersökningstillfälle. Eventuellt ska dokumentation göras även i SCBDOK och MetaPlus vid en fortsättning av undersökningen.

4 Undersökningens kvalitet

4.1 Tillförlitlighet

Nedanstående text är hämtad ur BAS och ger en bild av undersökningens tillförlitlighet.

4.1.1 Tillförlitlighet totalt

Tillförlitligheten grundar sig framförallt på att tillräckligt många värden samlas in per produktgrupp (på HMU-nivå). Vid denna första mätning fanns 30-40 HMU-produkter som bara har 0-2 träffar. Där är inte tillförlitligheten tillräckligt bra. Möjligheten att lyckas med detta kan förväntas bli betydligt större vid nästa undersökningstillfälle eftersom vi då kan anpassa urvalet efter vilka branscher som är kopplade till produkter med många respektive få träffar.

En jämförelse över tiden för denna undersökning skulle också vara mycket intressant och skulle ge bra indikationer på tillförlitligheten.

4.1.2 Osäkerhetskällor

4.1.2.1 Urval

Urvalet görs med hjälp av SAMU (systemet för samordnade urval). De största företagen, enligt bestämd allokering, väljs från respektive bransch. En genomgång av dessa görs för att säkerställa att de inte är helt missvisande och att de kan ge ett bidrag till undersökningen. Inget sannolikhetsurval görs alltså, utan syftet är att skatta de relativa handelsmarginalerna för så stor del av omsättningen som möjligt.

600 företag ingår i undersökningen av partihandeln enligt följande:

Sni	Bransch	Popula- tion	Urval antal	Urval %	Urval % av oms
51.2	Partihandel med jordbruksråvaror och levande djur	1 026	26	2,5	54
51.3	Partihandel med livsmedel, drycker och tobak	4 274	115	2,7	75
51.4	Partihandel med hushållsvaror	13 322	173	1,3	59
51.5	Partihandel med insatsvaror utom från jordbruket samt avfallsprodukter ¹	9 604	165	1,7	78
51.8	Partihandel med maskiner och utrustning	9 985	110	1,1	47
51.9	Övrig partihandel	533	11	2,1	5
Totalt		38 744	600	1,5	67

592 företag ingår i undersökningen av detaljhandeln enligt följande:

Sni	Bransch	Populati- on	Urval Antal	Urval %	Urval % av oms
52.1	Detaljhandel med brett sortiment	5 919	55	0,9	50
52.2	Specialiserad detaljhandel med livsmedel	6 173	65	1,1	69
52.31	Apotekshandel	1	1	100,0	100
52.32- 52.33	Butikshandel med sjukvårdsartiklar och kosmetik	1 036	10	1,0	71
52.41- 52.42	Beklädnadshandel	6 983	35	0,5	64
52.43	Detaljhandel med skor och väskor	952	30	3,2	64
52.441- 52.442	Butikshandel med möbler, mattor och inredningstextilier	1 585	40	2,5	81
52.443- 52.444	Butikshandel med glas, porslin och elartiklar	2 750	27	1,0	30
52.451- 52.452	Butikshandel med elektriska hushållsmaskiner och radio och tv	1 902	35	1,8	61
52.453- 52.454	Butikshandel med cd, dvd etc och musikinstrument och noter	804	20	2,5	26
52.46	Butikshandel med järnhandelsvaror, färg, glas, bygg och vvs-varor	2 511	30	1,2	56
52.47	Butikshandel med tidningar, böcker och pappersvaror	974	30	3,1	42
52.481- 52.484	Butikshandel med optik, fotoutrustning, ur och guldsmedsvaror	2 510	30	1,2	29
52.485	Butikshandel med sport och fritidsartiklar	3 247	20	0,6	36
52.486	Butikshandel med spel och leksaker	541	15	2,8	73
52.487- 52.492	Diverse butikshandel	4 131	24	0,6	20
52.493- 52.494	Butikshandel med datorer och telekommunikationsutrustning	1 576	35	2,2	55
52.495- 52.499; 52.5	Övrig diverse butikshandel och handel med begagnade varor	4 507	40	0,9	30
52.61	Postorderhandel	1 997	25	1,3	76
52.62- 52.63	Torg- och marknadshandel	4 716	25	0,5	43
Totalt		54 815	592	1,1	61

Ca två tredjedelar av urvalet ingår även i urvalet för FEK 2006.

4.1.2.2 Ramtäckning

I stora delar överensstämmer rampopulationen och målpopulationen. Den samordnade urvalsdragningen görs dock under mars månad efter undersökningsåret. Detta innebär att de företag som bedriver verksamhet under året men som av olika anledningar läggs ner innan mars månad inte kommer med i undersökningen. Undertäckning består också av nystartade företag som inte kommer med i urvalet samt av felbranschade företag.

Övertäckning består av företag med felaktig branschkod. Vissa företag kan också vara nedlagda eller vilande. En genomgång görs dock av urvalet för att hitta så många av dessa företag som möjligt. Denna genomgång görs så nära utskicket som möjligt, för att ge bra effekt.

4.1.2.3 Mätning

Förtryckning

Undersökningen genomförs med hjälp av en enkät. Till de företag som har hunnit komma in med uppgifter i FEK förtrycks dessa försäljningssiffror (samt kostnader för handelsvaror totalt) i enkäten. En nedbrytning av dessa summor till mer detaljerade uppgifter om försäljning efterfrågas i HMU-enkäten. Alla produktgrupper med uppgift om försäljning ska då, för att vara användbara, även ha en uppgift om bruttovinsten. Med förtryckningen minskar risken för inkonsistens mellan HMU och FEK. Dessutom kan den mer detaljerade HMU-nivån ge en bättre vägledning till vilken produktgrupp uppgiftslämnarens värden ska placeras i, jämfört med FEK. I vissa fall kan detta leda till att uppgifterna i FEK korrigeras.

Svårigheter att ta fram uppgifterna

I vissa fall, omfattningen skiljer sig mycket beroende på bransch, har uppgiftslämnaren problem med att lämna uppgifter om försäljning och bruttovinst på en så detaljerad nivå. Företagens redovisningssystem är kanske inte anpassade efter en sådan brytning över produkter. En faktura från deras leverantör kan innehålla varor från ett flertal olika produktgrupper utan närmare specifikation. Det innebär att de skulle vara tvungna att gå igenom underlagen till fakturorna för ett helt år. Detta har vi inte ansett vara rimligt, utan vi har då accepterat bortfallet. I vissa fall har vi istället accepterat en skattning av handelsmarginalerna. Detta kräver dock ett trovärdigt resonemang och att man utgår från t.ex. en representativ månad och räknar upp detta till årsnivå. Möjligheterna till sådana skattningar har dock varit begränsade.

Innehåll i produktgrupperna

En möjlig risk är svårigheter att knyta företagens försäljning till rätt produktgrupp. I vissa fall kan detta visa sig vara svårt, dels p.g.a. bristfällig beskrivning av produktgruppen vilket kan bero på platsbrist i enkäten eller skillnader i begreppsanvändning och dels p.g.a. att man säljer en ganska ovanlig eller nischad produkt som det antingen inte funnits plats för i de produktgrupper som finns eller också är de för SCB tidigare okända. I de flesta fall har sannolikt försäljningen hamnat på korrekta produktgrupper. Vid samtal med uppgiftslämnaren kommer man oftast fram till var de ska placeras. Övrigt poster finns också att använda även om vi försökt undvika det.

Definitioner

Definitionen av försäljning av handelsvaror vållar för det mesta inga större problem. Det som kan störa är när någon form av förädling har skett av produkten i det aktuella företaget, utan att vara av den omfattningen att hela företagets verksamhet klassas som industriproduktion. Då blir skillnaden mellan inköpspris och försäljningspris, d.v.s. marginalen, överskattad. En del av kostnaden ligger ju då exempelvis som personalkostnader. Omfattningen av detta bedöms dock inte vara av så stor omfattning att det påverkar resultatet nämnvärt.

Definitionen av kostnader för handelsvaror är i dessa branscher inte särskilt problematisk (i SNI 50 kan det däremot innebära vissa problem). Risken bedöms som mycket liten att någon här redovisar andra kostnader än handelskostnader, t.ex. förbrukningsmateriel.

Merchanting

Merchanting (d.v.s. inköp och försäljning av varor sker utan att varorna passerar svensk gräns) ingår inte i undersökningen. Orsaken till detta är att dessa intäkter och kostnader särredovisas i FEK utan uppdelning på produktgrupp. Dessa summor skulle i princip kunna specificeras i HMU-enkäten precis som övriga ej fördelade summor. Nackdelen är att enkäten då skulle bli större och kunna uppfattas som krånglig.

Provisionshandel

Provisions- och agenturhandel ingår inte i undersökningen, oavsett vilken bransch det gäller. SNI 51.1 är "Agenturhandel utom med motorfordon" men all eventuell detalj- och partihandel ingår däremot där. I FEK finns "försäljningsvariabler" för provisions- och agenturhandel, vilka då är nettouppgifter. Det är ju alltså den provision som företaget har fått för sin försäljning och inte försäljningssumman. Inga motsvarande kostnader finns heller. Alltså är dessa summor just den handelsmarginal som vi efterfrågar.

Dessa variabler är i FEK uppdelade i produktgrupper liknande de vanliga försäljningsgrupperna. Dessa summor skulle i princip kunna specificeras i HMU-enkäten precis som övriga försäljningsvariabler. Nackdelen är att enkäten då skulle bli större och kunna uppfattas som krånglig.

På FEK-nivå ingår marginalerna för provisions- och agenturhandel i FEK-leveransen (bland övriga försäljningsvariabler).

4.1.2.4 Svartsbortfall

Insamlingen genomfördes med uppgiftslämnarplikt. Dock var det första gången undersökningen genomfördes, varför svarsfrekvensen inte är så hög.

Svartsbortfall	Ovägt	Vägt
SNI 51	33 %	45 %
SNI 52	47 %	36 %

Bortfallet varierar ganska kraftigt mellan de olika delbranscherna (5-siffrig SNI), där vissa har 0 procent bortfall och andra har 67 procent bortfall.

I ovanstående svar ingår även sådana företag där ingen enkät skickats ut, eftersom de endast angett värden i FEK på en intäkt variabel och som inte behövt specificeras i HMU.

För att kunna skatta de relativa marginalerna representativt för hela branschen så behövs ett antal träffar per produktgrupp. Ett högt bortfall är inget som med automatik utesluter att de skattningar som görs gällande de relativa handelsmarginalerna per bransch blir representativa, men det är utan tvekan en försvårande omständighet. Dock bör hållas i minnet att vi inte heller gör något sannolikhetsurval utan vi tar de största företagen i branschen. För att få träffar på så många produkter som möjligt behöver vi dels input från FEK, men också erfarenhet från tidigare undersökningsår eftersom HMU:s produktgrupper är på en mer detaljerad nivå.

Detta var första gången vi genomförde undersökningen och det fanns därför denna gång 30-40 HMU-variabler som bara hade 0-2 träffar, vilket inte kan anses vara tillräckligt. Där kan urvalet utökas för att bättre täcka dessa produkter, medan urvalet säkerligen kan minskas på andra håll där antalet träffar är större. Dessa variabler bör också utvärderas för att bedöma om de ska vara med nästa referensår eller om de bör läggas ihop med andra produktgrupper. Då bör också vägas in hur många företag som faktiskt ingår i den branschen, d.v.s. hur många företag som alls kan tänkas sälja den varan.

4.1.2.5 Bearbetning

Uppgifterna registreras manuellt. Granskningskontroller finns för att upptäcka orimliga marginaler, grovt felaktiga intäkter och kostnader, t.ex. fel tecken.

Om inkomna uppgifter inte överensstämmer med uppgifter lämnade i FEK utreds detta och justeras så att båda källorna överensstämmer.

Kontroll görs, innan leverans till NR, så att summorna (intäkter och kostnader) av uppgifterna överensstämmer med summorna från FEK.

4.1.2.6 Modellantaganden

Urval

Eftersom urvalet inte sker som ett sannolikhetsurval, utan de största företagen i respektive bransch väljs ut, antar vi att större företag har samma relativa handelsmarginaler som mindre företag. Alltså inte nödvändigtvis att de har samma marginaler, men att förhållandet mellan deras olika produkters marginaler är proportionellt lika.

4.1.3 Redovisning av osäkerhetsmått

I leveransen till NR redovisas antalet observationer per produkt samt min- och maxvärden per produkt. Detta ger viss information om hur pass tillförlitliga uppgifterna om intäkter, kostnader och därmed marginaler är.

4.2 Jämförelse med norsk undersökning

4.2.1 Bakgrund

I Norge gjorde man en liknande undersökning av handelsmarginalerna avseende år 1998 för partihandeln och 1996 för detaljhandeln. Undersökningen är i det mesta uppbyggd på samma vis och i de flesta fall är produktgrupperna jämförbara, åtminstone på någon aggregerad nivå. 99,8% av omsättningen i detaljhandeln och 90,2% inom partihandeln ingår i de produktgrupper där det finns jämförbara siffror för de norska motsvarigheterna. Men alltså ofta på en lite grövre nivå.

4.2.2 Jämförelse

De flesta marginaler stämmer bra i absoluta mått, men framförallt stämmer produktgruppernas relativa nivåer väldigt bra. Det är visserligen inget självändamål att våra marginaler ska vara lika som de norska, men att de relativa nivåerna (mellan produktgrupperna) stämmer så pass bra är en bekräftelse på att undersökningen lyckats. I de fall differenserna är stora finns ofta, i viss grad, rimliga förklaringar. Vi har dock inga kvalitetsmått från den norska undersökningen, så det är inte nödvändigtvis så att de svenska uppgifter där är felaktiga. Att vi kan jämföra med just Norge är ju lämpligt, eftersom det är ett land med någorlunda liknande förutsättningar och marknadsstruktur. Konjunkturläget är också ungefär detsamma vid våra mätningar som vid de norska.

I denna rapport presenteras dock inga mer detaljerade uppgifter om marginalerna eller skillnaderna mot de norska. Vi har ju sagt att vi överhuvudtaget inte ska publicera uppgifterna utöver de grovt aggregerade tabellerna inom NR. Vi är därför försiktiga med spridning av dessa uppgifter även internt eftersom denna rapport är offentligt material.

5 Nyttan med undersökningen

5.1 Nationalräkenskaperna (NR)²

I dagsläget har NR ingen källa till de produktvisa marginalberäkningarna och NR behöver alltså denna information (se avsnittet 4.1 Processteget Fastställ behov). Innan en bedömning av användbarheten av HMU kan göras måste dock en utvärdering av metod och resultatanalys göras på NR.

² Avsnittet 6.1 är skrivet av Ann-Marie Bråthén och Katarina Johansson på NR, men i form något redigerat av Staffan Bååth Wikstedt.

I augusti 2008 erhöll NR leverans av resultaten från handelsmarginalundersökningarna för partihandel (SNI 51) och detaljhandel (SNI 52). Under våren 2009 kommer resultaten för SNI 50 Motorhandel. (Allt enligt SNI 2002.)

NR:s bedömning av kvaliteten i resultaten försvåras dock av flera faktorer:

- NR:s totala handelsmarginaler är inte totalt avstämda mot totala handelsmarginaler i Företagens ekonomi (FEK). Skillnaderna uppgår till ett antal miljarder (förädlingsvärdet för handelsbranscherna är dock avstämt)
- NR måste också ta i beaktande att handelsmarginaler produceras i andra branscher, till ett inte oväsentligt belopp. Produktinformation för de marginalerna saknas.
- Resultaten från övriga Emmaprojekt påverkar också varubalanserna – inte bara HMU.
- HMU ger ingen information om kundkategorier och endast information om genomsnittlig marginalsats. NR måste göra antaganden om varuflöden; vilka varor passerar parti- och/eller detaljhandel till vilken kund (företag, hushåll, offentlig sektor) och för vilket ändamål (konsumtion, förbrukning, investering, export), och antaganden om marginalsats för typ av kund, och i förekommande fall bransch, och ändamål. Därefter kan kalibrering till genomsnittlig marginalsats göras.

Utvärdering och implementering av HMU-resultaten påverkas av alla ovanstående faktorer, dvs. det är omöjligt att utvärdera resultaten från HMU isolerat från övriga utvecklings- och revideringsbehov. NR startar därför ett projekt vars syfte är att utvärdera resultaten från HMU, implementera HMU där det är tillämpligt, samt beräkna parti- och detaljhandel var för sig. En projektbeskrivning tas fram före jul 2008. Projektet löper i huvudsak under perioden januari-maj 2009 och beräknas ta ungefär 600 timmar i anspråk.

Resultaten kan inte inarbetas i en årgång eftersom det sannolikt innebär brott i tidsserierna, något som inte kan accepteras i NR. I stället måste resultaten inarbetas i NR-serierna och publiceras i samband med en större allmän revidering.

Kontakta projektledare Ida Björk (NR/PRR) för mer information.

5.2 Andra användningsområden.

Nationalräkenskaperna är den primära slutanvändaren av HMU. Dock bör man överväga om andra användningsområden också finns. Bruttovinsten per produktgrupp borde kunna vara intressant för en ganska stor målgrupp. Exempelvis vill kanske entreprenörer på väg att etablera sig ha en uppfattning om vilken marginal som förekommer på marknaden. Revisorer kanske vill veta vad rimliga marginaler för olika produkter är. Ett intresse bland journalister, politiker, inom näringsliv och även allmänheten torde också finnas för dessa resultat. Hur stor vinstmarginalen är för olika produkter är ju trots allt ganska intresseväckande information. Ett hinder för detta skulle kunna vara den process av samråd med NNR som genomförts under denna undersökning (som beskrivs nedan). Där lovade vi att inte använda materialet annat än till analys hos NR.

5.3 Invändningar mot undersökningen

I enlighet med förordningen (1982:668) om statliga myndigheters inhämtande av uppgifter från näringsidkare och kommuner, har samråd genomförts med Näringslivets Regelnämnd (NNR). NNR hade där vissa invändningar och man ville inte att SCB skulle genomföra undersökningen. Till att börja med kom man överens om att uppgiftslämnarna istället för att fylla i en enkät, tilläts skicka en resultatrapport med samma uppgifter. SCB skulle då sköta grupperingen av produkter till den nivå som SCB efterfrågar. Detta skulle minska bördan för uppgiftslämnarna. Man kom också överens om att informationen endast skulle användas som analysunderlag i nationalräkenskaperna och inte publiceras på annat sätt. Informationen ansågs av branschen som mycket känslig. Samrådsbekräftelse gavs, för undersökning av detaljhandeln, den 18 januari 2007 efter ovanstående justeringar.

Inför undersökningen av partihandeln under hösten 2007 var man dock än mer kritiska. Detta trots att vi då hade minskat uppgiftslämnarbördan genom att förtrycka de i FEK:en redan lämnade uppgifterna. Man ansåg dels att arbetsbördan för uppgiftslämnarna fortfarande var för stor och dels att informationen är mycket känslig. Det faktum att informationen inte ska användas till annat än underlag för NR och alltså inte publiceras, tyckte man iofs var bra. Men man hävdade också att det innebar ett pedagogiskt problem gentemot företagen; nyttan med undersökningen blir då alltför abstrakt och det blir svårt att motivera uppgiftslämnarna att lägga ned tid på denna undersökning. I samrådsbekräftelsen gjorde man därför följande tillägg:

*Till följd av att parterna har skilda åsikter om undersökningen enades SCB och NNR om att det i informationen till uppgiftslämnarna ska framgå att:
"Samråd har skett med Näringslivets Regelnämnd (NNR), som har framfört vissa invändningar mot uppgiftsinsamlingen."*

Trots NNR:s invändningar valde SCB alltså att genomföra undersökningen och ovanstående information delgavs uppgiftslämnarna via missivet till enkäten. Undersökningen är belagd med uppgiftslämnarplikt i föreskriften SFS FS 2007:6.

NNR stod fast vid sina synpunkter även för undersökningen av motorhandeln, men även denna genomfördes.

6 Resurser

6.1 Genomfört inom utvecklingsprojektet

6.1.1 Uppgiftslämnarbörda

Ca 600 företag ingick i undersökningen av detaljhandeln. Lika många i partihandeln undersöktes. I motorhandeln ingick drygt 300 företag i urvalet. Ca 300 av dessa totalt 1500 företag behöver inte få någon enkät eftersom dessa endast har en variabel. Alltså fick ca 1200 företag enkäten. Uppskattad kostnad för att fylla i enkäten är ca 2 timmar eller ca 1360 kr per företag.

6.1.2 Kostnad

tkr	Person-kostnad Metod	Person-kostnad IT	Person-kostnad andra	Tryck etc	FU	Övrigt	Utfall totalt	Budgeterat
2006	7	0	108	0	0	5	121	500
2007	23	156	538	27	0	31	748	730
2008	36	83	413	8	135	69	798	770
2009	-	-	-	-	-	-	-	?

6.2 I framtida produktion

6.2.1 Uppgiftslämnarbörda

Ca 1500 företag berörs vid varje undersökningsomgång. Ca 300 av dessa behöver inte få någon enkät eftersom dessa endast har en variabel. Alltså får ca 1200 företag enkäten. Uppskattad kostnad för att fylla i enkäten är ca 2 timmar eller ca 1360 kr per företag.

6.2.2 Kostnad

Följande ungefärliga kostnader uppskattas för varje normal undersökningsomgång.

Aktivitet	Processteg	Skattad kostnad (tkr)
Översyn av variabler	Fastställ behov	40
Förbättringar av system	Skapa och testa	30
Allokering/stratifiering	Samla in	40
FU	Samla in	Ca 650 tkr
Bearbetning och granskning	Bearbeta	40
Resultatframställning, analys och leverans	Analysera samt Redovisa och kommunicera	60
Dokumentation	Utvärdera och återkoppla samt Stöd och infrastruktur	40
Totalt		Ca 900 tkr