

# Kontaktudvalg for prisindeks Producentprisindeks for tjenester (SPPI)

2. marts 2012

# Indledning

---

1. Rammerne for SPPI
  - a. EU lovgivning: **Rådets forordning (EF) nr. 1893/2006**
  - b. Deflatorer til nationalregnskabet
  - c. Rammerne for kvalitetsarbejdet
  
2. Udvalgte kvalitetsproblematikker
  - a. Hvad er forskellen mellem deflator og prisindeks?
  - b. Konkrete eksempler indenfor reklamebranchen og søtransport
  
3. Anvendelse af SPPI
  - a. Hvad formidler vi til hvem?
  - b. Hvad bruger de det til?

## 1a. EU lovgivning

---

Producentprisindeks for tjenester dækker pt. kun de brancher vi er forpligtet til at levere til Eurostat (Rådsforordning 1893/2006):

- 49.4 Vejgodstransport og flytning
- 51 Luftfart
- 52.1 Oplagrings- og pakhusvirksomhed
- 52.24 Godshåndtering
- 53.1 Posttjenester omfattet af forsyningspligten
- 53.2 Andre post- og kurertjenester
- 61 Telekommunikation
- 62 Computerprogrammering, konsulentbistand vedr. informationstek. mv.
- 63.1 Databehandling, webhosting og lignende serviceydelse; webportaler
- 63.9 Andre informationstjenester
- 71 Arkitekt- og ingeniørvirksomhed; teknisk afprøvning og analyse
- 73 Reklame og markedsanalyse
- 78 Arbejdsformidling
- 80 Vagt- og sikkerhedstjenester og overvågning
- 81.2 Renhold
- Summen af (50.1 og 50.2) Sø- og kysttransport af passagerer og gods
- Summen af (69.1, 69.2 og 70.2) Juridisk bistand, bogføring, revision mv.

## 1b. Deflatorer til nationalregnskabet

---

- The first aim of SPPI is to get **good deflators for turnover data** and national accounts.
- Therefore the SPPI should be **consistent with the values of turnover statistics** (including sub-contracting, off-shoring).
- The prices should reflect of course **market prices**, but non-market prices (transfer prices) as well.
- For some activities and for some companies, **non-market prices** developments may be assumed to be similar to the market prices development.

Source: Eurostat Task Force on SPPI, 26-27 november 2007

## 1c. Rammerne for kvalitetsarbejdet

---

- Ressourcer – 1 årsværk til drift og udvikling af SPPI
- Indberetterbyrde
  - Ressourcekrævende når metoder skiftes
  - Ressourcekrævende når der beregnes data til bedre de bedre prismetoder

## 2a. Deflator vs. Prisindeks

---

### Prisindeks:

- Afspejler ændringer i priser så hurtigt som muligt
- Bruttoomsætningen = prisindeks • volumen
- Hvis prisindekset er uændret vil der være en 1-1 ændring i bruttoomsætningen og volumen

### Deflator:

- Repræsenterer alle outputs som er defineret i nationalregnskabet og følger "the accrual principle". (aktiviteten skal med tælles med i den periode den anvendes)
- Bruttoomsætningen = deflator • volumen
- Deflatoren sikre det rigtige volumenmål

Normalt er der ikke konflikt mellem målene for prisindeks og deflator

## 2a. Deflator vs. Prisindeks - eksempel

Indberetning periode 1: 8.500 enheder

Indberetning periode 2: 15.000 enheder

---

Prisindeks (faste vægte): Uændret indeks

Deflator (aktuelle vægte): reduktion af indeks fra 4,10 to 4,05

Number of units	Period 1	Period 2
3.000-9.999 units	4,10	4,10
10.000-99.999 units	3,95	3,95
100.000-499.999 units	3,80	3,80
500.000 or more units	3,70	3,70

## 2a. Forskellige prismålingsmetoder

---

### **Modelprismåling**

- Eksempelvis kan man inden for byggevirkksomhed definere et typisk enfamiliehus og derefter successivt måle priserne på alle husets bestanddele (f.eks. tag, fundamenter, køkken).
- Faktisk fakturerede priser (tager højde for producenternes *avancer* og eventuelle *rabatter* til kunderne)
- Genestimerer et lignende hus over tid.

### **Komponentprismåling.**

- Et faktisk produkt underopdeles i flere komponenter, og priserne herpå måles.
- De enkelte produkter undersøges successivt og bestanddelene sammenlignes.

### **Timetakst og betaling pr. time.**

- Betaling relateres til antallet af udførte arbejdstimer (f.eks. advokaters honorarer) i stedet for til det leverede produkt. I
- Tilsvarende kan betalingen pr. time beregnes ved at dividere den samlede omsætning med antallet af udførte arbejdstimer.
- Timetakst- og timebetalingsmetoderne adskiller sig fra inputmetoderne baseret på lønindeks derved, at *overskud af produktionen* og andre input herunder *aflønning af ansatte* er inkluderet i omsætningen.
- Ved begge metoder vil ændringer i mængden af arbejde, der udføres pr. time, imidlertid snarere komme til udtryk som prisændringer end som produktivitetsændringer.

### **Repræsentativ prismåling.**

- Producenterne udvælger produkter som er repræsentative for hele deres produktion.
- Produkternes priser følges i en periode
- Produkternes karakteristika observeres for at fastslå, om der sker ændringer i kvaliteten.



## 2a. Forskellige prismålingsmetoder

---

- A-metoder: de bedst egnede metoder
- B-metoder: metoder, som kan anvendes, hvis en A-metode ikke kan
- C-metoder: metoder, som ikke bør anvendes.

Da brancherne indenfor tjenester er af forskellig art er der forskellige a, b og c metoder for hver branche

## 2b. Reklamebranchen

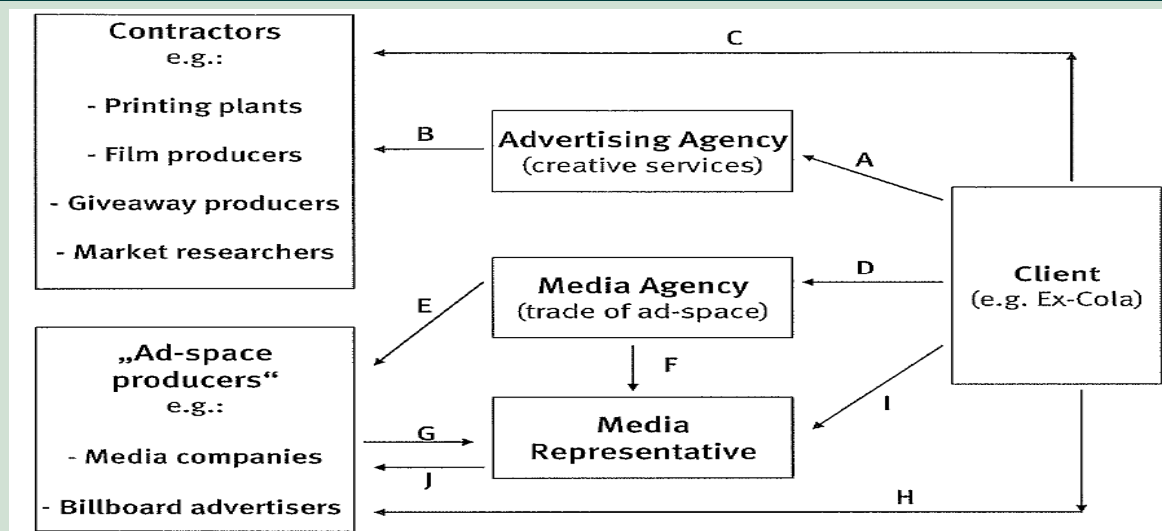
---

### **CPA 74.4 — Reklamevirksomhed**

Reklametjenester består af to adskilte og væsentlige tjenesteydelser, nemlig »**tildeling af reklameplads**« — salg af reklameplads uanset mediets art og »**konceptudvikling**« — herfra undtaget tilhørende omkostninger som filmproduktion eller fotografering.

- **A-metoden** i forbindelse med »**tildeling af reklameplads**« består i at indsamle **faktiske kontraktpriser** på basis af prisen pr. sekund for tv-reklamer, prisen for en halvsides avisannonce, prisen pr. m2 plakattavleplads eller prisen på en »button« på en webside. Det er vigtigt at betragte antallet af personer, der ser reklamen, som et kvalitetsaspekt. I det mindste bør der i et vist omfang gøres forsøg på at tage højde for varierende tidspunkter for »bedste sendetid«.
- **Modelpriser** vil også være en **A-metode**.
- **Mængdemålinger** vil også kunne anvendes, men vil skulle foretages på et meget detaljeret og repræsentativt niveau. Endvidere skal der kunne tages højde for kvalitetsændringer, hvis metoden skal kunne klassificeres som A metode.
- I forbindelse med »**konceptudvikling**« vil **kontraktpriser** være en **A-metode**. Ved fortolkningen af de indsamlede priser er det imidlertid nødvendigt at sikre sig, at de ikke også omfatter produktionsomkostninger.
- Fremgangsmåden med **modelpriser** vil også kunne betragtes som en **A-metode**.
- **Timetakster** og betaling pr. time er **B-metoder**.

## 2b. Reklamebranchen



Målet er at skabe et indeks der sikrer en korrekt mængdeudvikling i NR:

- dækker omsætningen fra NR (transaktionsbaseret, inkludere rabatter, avancer, o.l.)
- sikrer matchede priser over tid
- (inkludere produktivitetstigninger - ikke muligt med timepriser)

Kvalitetsopgraderingen kræver skift fra **liste-time-priser** til **realiserede-time-priser**:

- Gns. transaktionspris / typen af medarbejder i projekterne
- Ratio mellem indkomst og antal arbejdede timer / type medarbejder

## 2b. Reklamebranchen

### Brutto vs netto omsætning

Nettoomsætning: kun virksomhedens egne tjenester – er relativt konstant fra periode til periode

Bruttoomsætning: Virksomhedens omsætningen der stammer fra kundernes fakturer (inkl. underleverandører) – volatile priser fra periode til periode projekterne art og omfang skifter over tid

- Brutto metoden er bedst som deflator til NR da nationalregnskabs indeholder bruttoomsætninger for reklame.
- Udfordring at sikre matchede priser over tid

### Liste-time-priser

Medarbejdertype Intern/ekstern	Antal timer	Pris / time	Total
Projektleder (intern)	15	1.200	18.000
Planlægger (intern)	35	1.100	38.500
Tekstforfatter (intern)	25	900	22.500
Produktionsassistent (intern)	20	800	16.000
Film producer (ekstern)	40	1.300	52.000
<b>Total omsætning</b>			<b>147.000</b>

### Realiserede-time-priser

Medarbejdertype	Antal timer	Est. oms	Est. pris
Projektleder (intern)	15	19.554	1.303,6
Planlægger (intern)	35	37.367	1.067,6
Tekstforfatter (intern)	25	25.088	1.003,5
Produktionsassistent (intern)	20	16.555	8.27,8
Film producer (ekstern)	40	52.504	1.312,6
<b>Total omsætning:</b>		<b>151.068</b>	

## 2c. Søtransport – kvalitetssikring af indeks

---

Omdrejningspunkter i kvalitetsarbejdet:

- Passer afgrænsningen på omsætningen for søtransport med deflator?
  - Hvilke underliggende aktiviteter er inkluderet i NR's omsætning?
  - Hvilke underliggende aktiviteter er inkluderet nuværende indeks?
- Metodisk ønsker vi at kunne vægte indeksene så vi kan offentligøre et indeks for søtransport
- Måler vi med den rette enhed?
  - Pt. er enheden "antal skibsdage"
    - Fordele: Er en enhed alle skibe har
    - Ulempe: Tager ikke højde for halvtomme skibe

### 3. Hvad formidler vi SPPI til?

---

- Nationalregnskabet
  - Indeks på basisaggregat niveau
- Eurostat
  - Modtager alle DSTs delindeks
- Eksterne brugere
  - NYT: Ikke diskretionerede indeks på delindeksniveau

### 3. Hvad bruger de det til?

---

- Nationalregnskabet
  - Fastprisberegning
  
- Eurostat
  - Fastprisberegninger for hele EU
  - Sammenligning af priser på tjenester indenfor EU
  
- Eksterne brugere
  - Hvad bruger I det til?

---



## 2. Omsætningen der skal deflateres i NR

<b>Output table:</b>	<b>Basis prices</b>
Advertising agencies	16.775.213
Other advertising agencies	5.297.207
<b>Advertising</b>	<b>22.072.420</b>
<b>Input table:</b>	<b>Basis prices</b>
Radio- and tv, advertising income	2.726.790
Newspapers, advertisement income	2.413.991
Local free distribution	1.865.520
Print paper	1.722.105
Weekly magazines, advertisement income	1.662.779
Trade papers, advertisement income	1.305.930
Film- and video production	437.645
Telekommunikation, fixed line	301.788
Fisim, other banks and credit institutions	266.977
License payment ( excl. software )	233.022
Opinion poll, market analyse	210.563
Unspecified goods	199.824
Mobile phone	190.038
Renting of business properties	185.405
Etc...	
<b>Advertising</b>	<b>16.058.197</b>

## 2a. Forskellige prismålingsmetoder

---

- **Modelprismåling.** Eksempelvis kan man inden for byggevirksomhed definere et typisk enfamiliehus og derefter successivt måle priserne på alle husets bestanddele (f.eks. tag, fundamenter, køkken). For tjenesteydelser til virksomhederne findes der eventuelt en standardkontrakt. Vigtigste kriterier for anvendelse af denne metode er:
  - anvendelse af faktisk fakturerede priser, således at der også tages højde for producenternes avancer og eventuelle rabatter til kunderne,
  - Standardproduktet skal være baseret på produktion, ikke input.
- **Komponentprismåling.** Et faktisk produkt underopdeles i flere komponenter, og priserne herpå måles, hvorefter de enkelte produkter successivt undersøges og bestanddelene sammenlignes.
- **Timetakst og betaling pr. time.** Betaling relateres til antallet af udførte arbejdstimer (f.eks. advokaters honorarer) i stedet for til det leverede produkt. I sådanne tilfælde kan timetaksten anvendes som prisindikator. Tilsvarende kan betalingen pr. time beregnes ved at dividere den samlede omsætning med antallet af udførte arbejdstimer. Timetakst- og timebetalingsmetoderne adskiller sig fra inputmetoderne baseret på lønindeks derved, at overskud af produktionen og andre input herunder aflønning af ansatte er inkluderet i omsætningen. Ved begge metoder vil ændringer i mængden af arbejde, der udføres pr. time, imidlertid snarere komme til udtryk som prisændringer end som produktivitetsændringer.
- **Repræsentativ prismåling.** Herved forstås metoder, navnlig i forbindelse med tjenesteydelser til virksomhederne, hvor producenterne anmodes om at udvælge nogle af deres produkter, som er repræsentative for hele deres produktion. De priser, der betales for disse produkter, følges i en periode, og også produkternes karakteristika observeres for at fastslå, om der sker ændringer i kvaliteten.