

**UTVECKLINGEN AV HANDELN
I MARIEHAMN OCH ÖVRIGA
ÅLAND 1996 - 1999**



FÖRORD

ÅSUB har på uppdrag av Samverkan i Mariehamn (Ålands Köpmannaförening r.f.) analyserat utvecklingen av handeln inom Mariehamn och övriga Åland under åren 1996-1999. Här använda försäljningsdata baseras på registret över företagens mervärdeskattebetalningar (msv-registret). Adressdata kommer från ÅSUB:s företagsregister. Information över företagens förväntningar och åsikter har inhämtats från de senaste årens konjunkturenkäter.

Den här typen av utredning hade inte varit möjlig att göra för bara något år sedan. Genom den snabba framväxten av användarvänliga databaser inom olika delar av den offentliga förvaltningen har statistikmyndigheterna världen över i ökande grad börjat använda administrativa register vid framtagning och analys av ekonomisk statistik. Detta gäller även ÅSUB som i och med denna rapport för tredje gången publicerar en analys baserad på registret över företagens varje månad återkommande mervärdeskatteinbetalningar.

Huvudansvaret för detta projekt har inom ÅSUB åvilat *Jouko Kinnunen* som också författat föreliggande rapport.

ÅSUB vill framföra ett särskilt tack för det bistånd i form av kommentarer och synpunkter på tidigare rapportutkast från *Nils O. Lundberg* inom Samverkan i Mariehamn.

Mariehamn i augusti 2000

Bjarne Lindström

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1 KÄLLOR, METODER OCH RAPPORTENS UPPLÄGG	1
2 HANDELNS UTVECKLING I ÅLANDS OLIKA REGIONER	4
3 HANDELN I MARIEHAMNS OLIKA ZONER	5
4 HANDELN PER BRANSCH I MARIEHAMN.....	7
5 KONJUNKTURFÖRVÄNTNINGAR.....	9

BILAGOR

Bilaga 1.	Detaljerad branschbeskrivning
Bilaga 2.	Konjunkturenkät – våren 2000
Bilaga 3.	Konjunkturenkätens frågor 1 – 12 per bransch
Bilaga 4.	Konjunkturenkätens frågor 1 – 12 per region
Bilaga 5.	Vad företaget kommer att satsa på under de kommande åren? Procent av branschens svarande
Bilaga 6.	Vad företaget kommer att satsa på under de kommande åren? Procent av branschens svarande
Bilaga 7.	Största hindret för företagets verksamhet - procent av branschens svarande
Bilaga 8.	Största hindret för företagets verksamhet - procent av regionens svarande

1 KÄLLOR, METODER OCH RAPPORTENS UPPLÄGG

Den centrala källan för denna studie är registret över företagens mervärdeskattebetalningar som här kallas mvs-data. Företagens månatliga rapporter täcker i princip samtliga bolag på Åland. Det finns dock vissa begränsningar i materialet som påverkar analysen. För det första består materialet enbart av de företag vars hemort är på Åland. Detta faktum är inte av så stor betydelse för detaljhandeln där nästan samtliga företag är registrerade här. Större företag har p.g.a. den åländska näringsrättslagstiftningen grundat dotterbolag på Åland för att kunna driva butikshandel (men detta gäller inte t.ex. Alko). En annan sak som påverkar den regionala indelningen av företagens försäljning är att materialet är på företagsnivå: företag med flera butiker är därmed svårplacerade på en ort eller i en zon i Mariehamn. Grundregeln i den geografiska placeringen har varit att om företaget har omfattande handel inom Mariehamn så är det placerat där den största lokalen finns. I praktiken har detta arbetet gjorts manuellt företag för företag utan exakta uppgifter, vilket innebär att en viss inkonsekvens i den geografiska placeringen är möjlig.

Adressuppgifterna härstammar främst från det arbetsställeregister som ÅSUB har till sitt förfogande¹. Det har dock visat sig att mindre butiker ofta har anmält företagarens hemadress som företags, vilket leder till svårigheter i användningen av registret. De största problemen i detta hänseende finns med kioskrörelser. Det finns också företag som drivs hemifrån. Detta innebär att antalet detaljhandelsföretag i Mariehamn är klart större enligt mervärdeskatteregistrets innehåll än i Samverkan i Mariehamns medlemsförteckning. För att lösa dessa problem har ÅSUB använt sig av uppdragsgivarens medlemsförteckning, telefonkatalogen, CD-ROM över samtliga finländska företags grunduppgifter samt byråns egen lokalkännedom.

Ytterligare en svårighet i arbetet uppstår av att företagens marknadsföringsnamn och registernamn ofta är olika. Dessa problem har lösts med hjälp av ÅSUB:s lokalkännedom och genom förfrågningar hos de berörda företagen själva.

Zonindelningen som Samverkan i Mariehamn meddelat ÅSUB i form av en karta över centrala Mariehamn ligger som grund till indelningen av Mariehamn i fyra zoner:

- 1) Mittpunkten: Torggatan
- 2) Kärnan: kvarteren omkring Torggatan
- 3) Centrum: Ålandsvägen – Skarpansvägen – Östra utfarten – Storagatan
- 4) Övriga Mariehamn.

Det finns också en viss eftersläpning i företagens rapportering av sina mvs-betalningar som påverkar siffrorna. Data uppdateras kontinuerligt under ett halvår, vilket innebär att i detta material som sträcker sig till december 1999 är de sista slutliga siffrorna från juli 1999. I praktiken är förändringarna små efter 2-3 månader men det betyder i varje fall att 1999-års november- och decembersiffror bör tolkas försiktigt.

Branschindelningen är framtagen särskilt för detta uppdrag i samråd med uppdragsgivaren med syfte att ge en översikt med detaljerad information utan att bryta mot enskilda företags integritetsskydd. Vissa branscher som ingår i andra sammanhang i detaljhandeln ingår inte i siffrorna, t ex postorderförsäljning och försäljning av motorfordon och deras komponenter och tillbehör har uteslutits från analysen. Samtidigt har andra delbranscher tagits med, såsom restauranger som vanligtvis räknas med i inkvarteringsbranschen. Ordet 'handeln' syftar i denna rapport på de branscher som ingår i analysen.

¹ Registret är ett utdrag från det landsomfattande register som Statistikcentralen upprätthåller.

Branschindelningen är följande:

Livsmedel	Dagligvaruhandel
Kläder	Kläder och skor
Textiler	Textiler, tyger och handarbetstillbehör
Hush. artiklar	Inredning, husgeråd, hushållsapparater och – armatur, musik
Järn- och byggvaror	Järn- och byggvaror
Papper & data	Böcker, kontorsmaterial, data
Foto, guld, ur	Foto, optik, ur och guld
Sport & fritid	Fritids- och sportartiklar, leksaker
Prydnadssaker	Blommor, parfym, konst, presentartiklar (inkl. keramikprodukter), sällskapsdjur
Restaurang	Restauranger, caféer och barer (restauranger i samband med hotellverksamhet ingår ej).

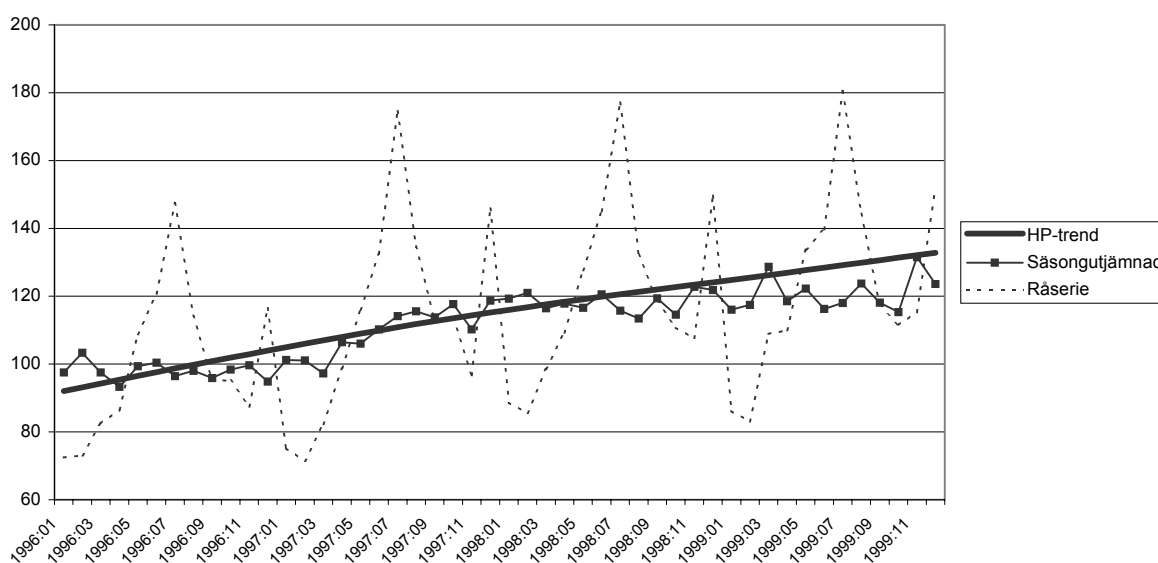
En närmare beskrivning av branscherna och antalet företag i respektive bransch i Mariehamn och på Åland finns i bilaga 1.

Resultatredovisningen i det bifogade statistikmaterialet är uppbyggd i tre olika tidsserier:

- den ”råa” tidsserien som visar de månatliga uppgifterna så som de är registrerade i mvs-databasen
- säsongrensade uppgifter som visar hur tidsserien utvecklats när man rensat bort den återkommande säsongvariationen. I princip består den säsongrensade tidsserien av trenden och av de slumpmässiga rörelserna kring den.
- den långsiktiga trenden som räknats med en sk. HP-filter². I jämförelse med den säsongrensade tidsserien ändras den HP-filtrerade tidsseriens riktning långsammare och dess utseende är jämnare.

Dessa olika tidsserier visar alltså olika saker. Den första tidsserien visar olika regioners och branschers beroende av olika månaders försäljning, t ex sommarsäsongen är mycket viktig för många branscher inom handeln. Årsvisa summor baserar sig på denna tidsserie. De säsongrensade uppgifterna ger en fingervisning av försäljningens trender men även de senaste avvikelserna och trendförändringarna syns

Handelns utveckling på Åland 1996-1999



² HP står för Hodrick - Prescott enligt metodens utvecklare.

i denna tidsserie. Den mer långsiktiga utvecklingen avläses lättast i den hp-filtrerade tidsserien. Som en illustration av tidsseriernas egenskaper visas i figur 1 hela Ålands omsättningsutveckling bland de handelsbranscher som ingår i studien.

Tidsserierna presenteras som index där den månatliga genomsnittsförsäljningen år 1996 fungerar som en bas vars värde uppgår till 100. Den hp-filtrerade tidsserien för hela Ålands handel visar t ex ett värde på 133 i slutet av 1999, vilket innebär att försäljningen har ökat trendmässigt 33% från 1996-års månatliga genomsnittsvärde.

2 HANDELNS UTVECKLING I ÅLANDS OLIKA REGIONER

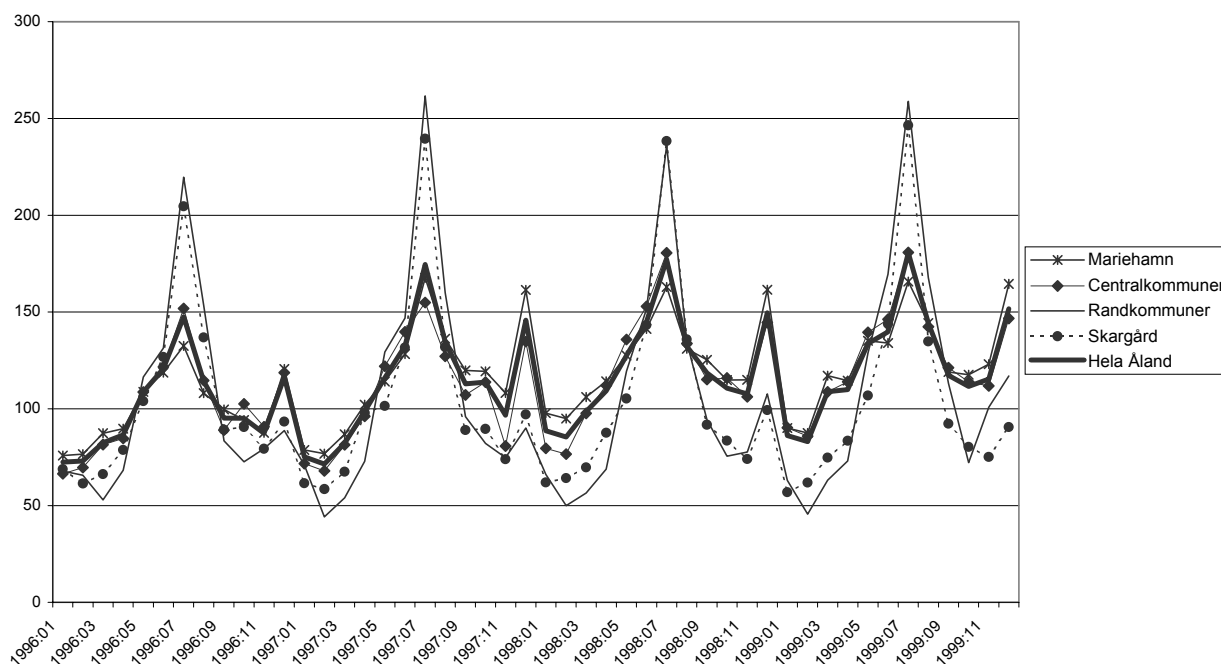
Mariehamn utgör ett klart centrum för den åländska handeln då över 60% av handeln sker i Mariehamn. Utvecklingen har också varit snabbast i Mariehamn där försäljningen har ökat med dryga 26% och på hela Åland knappt 24% under 1996-1999. Beaktar man inflationen på 3,8% under samma tidsperiod så ökade handelsvolymen med 19% på hela Åland och med dryga 21% i Mariehamn. Skärgården har egentligen inte haft någon volymtillväxt alls under 1996-1999 när man beaktar inflationen.

Tabell 1. Handelsvolymen på Åland

		Hela Åland	Mariehamn	Central-kommuner	Rand-kommuner	Skärgård
I milj. mk	1996	600,4	366,1	158,1	30,2	46,0
	1997	677,9	427,1	171,0	32,3	47,5
	1998	725,7	455,3	191,1	31,1	48,1
	1999	741,7	461,5	197,8	34,5	47,8
Årlig tillväxt %	1997	12,9	16,6	8,1	6,9	3,3
	1998	7,1	6,6	11,8	-3,5	1,2
	1999	2,2	1,4	3,5	10,9	-0,6
Tillväxt	1996-99	23,5	26,1	25,1	14,4	3,9
Inflationsjusterad volymtillväxt, %	1996-99	19,0	21,1	20,5	10,2	0,0

Säsongvariationen är starkast inom randkommunerna och i skärgården. Julimånads försäljningsandel är klart högre än i andra regioner, vilket tyder på att turisternas och sommargästernas andel av handeln är stor under semestertiden (se figur 2).

Figur 2. Handelns månatliga rådata i Ålands regioner



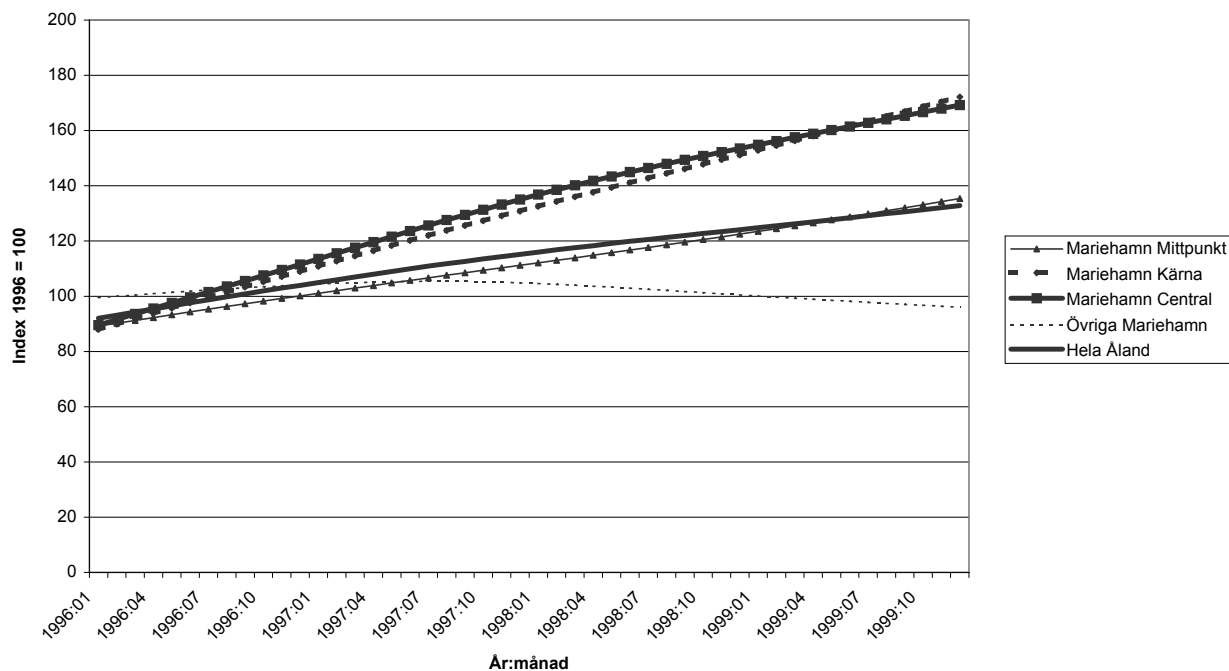
3 HANDELN I MARIEHAMNS OLIKA ZONER

Zonindelningen är rätt jämn sett ur handelsvolymens synvinkel då det visar sig att enbart Kärnan är avsevärd mindre än de övriga zonerna. Egentligen finns det tre typer av zoner i Mariehamn när man granskar utvecklingen. För det första har Mittpunkten utvecklats nästan exakt i samma takt som inom hela Åland. För det andra har de två följande centrala zonerna, Kärnan och Centrum, utvecklats avsevärt snabbare än hela Ålands handel. Handeln i övriga Mariehamn har även gått tillbaka en aning från 1996-års nivå nominellt sett. Anmärkningsvärt är att handeln i den absoluta mittpunkten inte har utvecklats snabbare än i de yttre centrala zonerna utan tvärtom (se tabell 2 och figur 3).

Tabell 2. Utvecklingen av handeln i Mariehamns zoner

		Hela Mhamn	Mittpunkt	Kärna	Centrum	Övriga Mhamn
I milj. mk	1996	366,1	113,3	26,5	113,3	113,0
	1997	427,1	120,1	33,3	143,5	130,2
	1998	455,3	133,4	37,9	171,2	112,8
	1999	461,5	140,2	41,3	175,4	104,7
Årlig tillväxt %	1997	16,6	6,0	25,3	26,7	15,2
	1998	6,6	11,1	13,9	19,3	-13,3
	1999	1,4	5,0	9,1	2,4	-7,2
Förändring	1996-99	26,1	23,7	55,7	54,8	-7,4
Inflations- justerad volym- tillväxt, %	1996-99	21,1	19,2	50,0	49,1	-10,8

Figur 3. Handelns HP-trender i Mariehamns zoner



Kärnan och Centrum har haft anmärkningsvärt snabb tillväxt, vilket åtminstone delvis beror på handelns annorlunda sammansättning vad gäller antalet företag per delbransch. Mittpunkten har flest kläd- och skoaffärer medan Centrum har många Hushållsapparatsaffärer och järn- och byggvarubutiker.

Företag med fler än ett försäljningsställe påverkar Mariehamns regionala siffror ganska mycket. Deras försäljning sker i vissa fall inom flera zoner, även utanför Mariehamn, vilket givetvis innebär att denna statistik inte kan beskriva den faktiska utvecklingen exakt, utan att den geografiska indelningen är ofullständig. Ser man på dessa 'flerbutiksföretags' andel av försäljningen så är den störst inom Centrum (se tabell 3). Flerbutiksföretagens försäljning har även vuxit snabbare än försäljningen hos företagen med enbart en butik, vilket innebär att de större företagens andel av handeln stigit.

Tabell 3. Handelsvolymen i Mariehamn per region, flerbutiksföretagen

		Hela Mhamn	Mittpunkt	Kärna	Centrum	Övriga Mhamn
I milj. mk	1996	127,5	23,4	0,77	77,3	26,0
	1997	160,6	26,0	0,99	105,6	27,0
	1998	193,0	32,6	3,23	126,4	30,9
	1999	197,4	33,4	4,33	127,7	31,9
Förändring %	1997	26	11,2	28,7	36,6	7,8
	1998	20,2	25,1	225,3	19,6	10,3
	1999	2,2	2,6	34,0	1,0	3,4
	1996-99	54,8	42,8	460,8	65,1	23,1
Flerbutiksföretagens andel, %	1996	34,8	20,7	2,9	68,3	23,0
	1997	37,6	21,7	3,0	73,6	21,5
	1998	42,4	24,4	8,5	73,8	27,4
	1999	42,8	23,9	10,5	72,8	30,5
	1996-1999	39,7	22,8	6,7	72,4	25,3

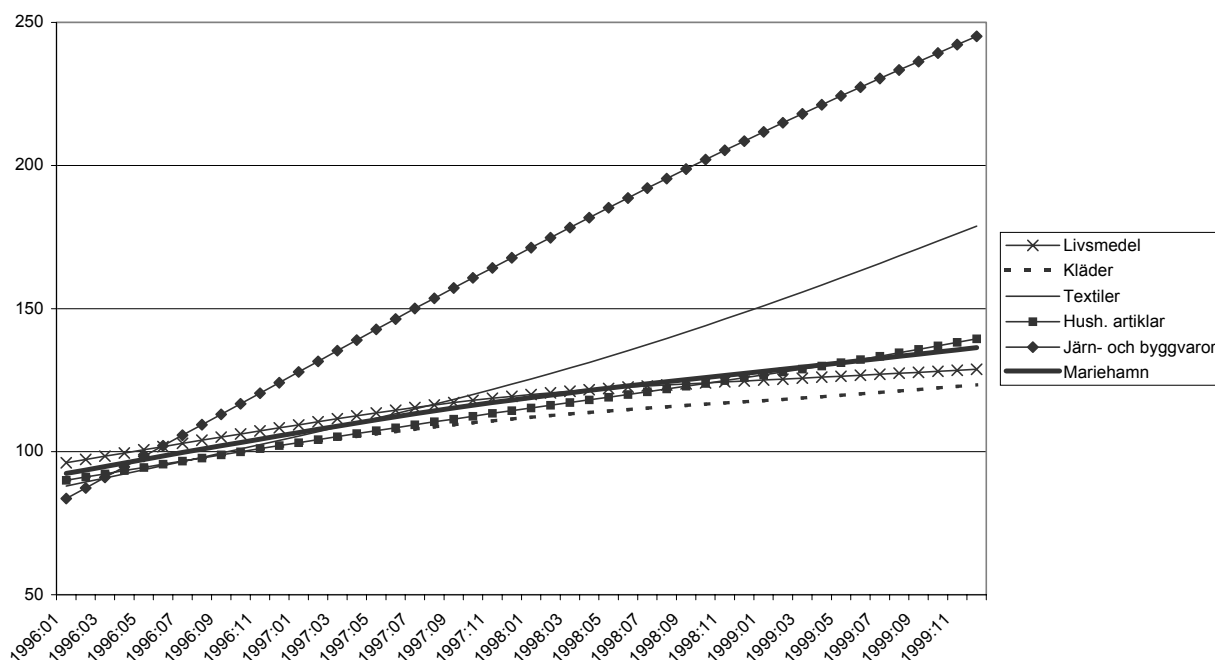
4 HANDELN PER BRANSCH I MARIEHAMN

Handeln som här är uppdelad i tio delbranscher har haft mycket varierande utveckling. Järn- och byggvarornas försäljning har på tre år blivit 2,5 gånger större, vilket hänger klart ihop med byggkonjunktorens utveckling som varit stark de senaste åren. Den andra stora tillväxtbranschen är Textiler. Båda dessa branscher representerar sällanköpsvaror som har koppling till byggnadsbranschen (den ena dominerad av manliga, och den andra av kvinnliga kunder). Båda branscher är känsligare för konjunkturläget än handeln i genomsnitt.

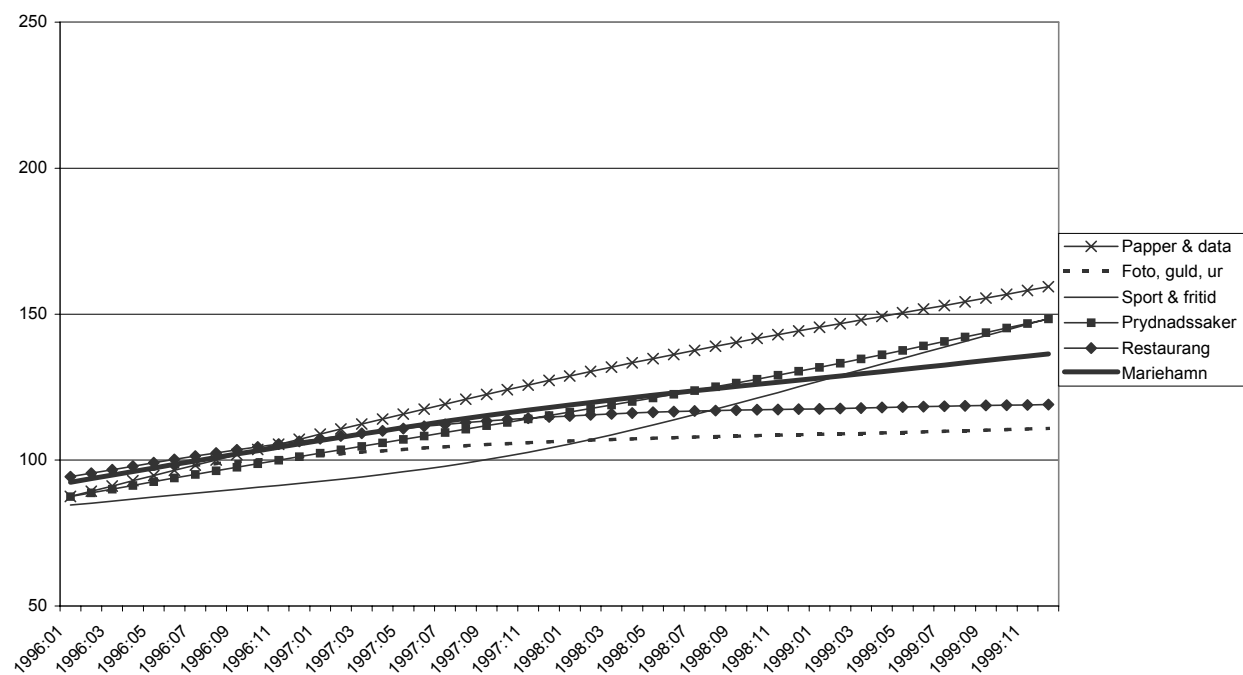
Andra branscher som utvecklats snabbare än genomsnittet är Papper & data, Prydnadssaker, Sport & fritid samt hushållsartiklar. Långsammast har utvecklats Foto, guld, ur samt restaurangbranschen. Båda dessa branschers utveckling är förvånansvärt svag. En förklaring till restaurangbranschens långsamma utveckling kan vara det ökade inresandet inte avspeglats i ökade övernattningar. Det totala antalet övernattningar steg med 25% under 1996 – 1997, men sedan dess har antalet övernattningar hållit sig i stort sett på samma nivå. Inom restaurangbranschen ser det också ut som om rapporteringen för 1999-års sista månader fortfarande är bristfällig (se figurerna 4 och 5).

Den årliga variationen i försäljningen beror på egenskaperna i varje bransch. Ser man på den 'råa' tidsserien så är variationen störst inom Järn- och byggvaror, följt av Restaurang och Papper & data. Inom restaurangbranschen är denna variation dock till stor del säsongvariation, vilket innebär att samma mönster i försäljningens fördelning mellan månader upprepas år efter år. Järn- och byggvaror däremot ser ut att ha en mer oregelbunden variation i försäljningen, vilket innebär större svårigheter att anpassa lagret till den varierande efterfrågan. Även inom Papper & data är den oregelbundna variationens andel rätt stor.

Figur 4. Handelns HP-trender i Mariehamn per bransch; 1



Figur 5. Handelns HP-trender i Mariehamn per bransch; 2



5 KONJUNKTURFÖRVÄNTNINGAR

ÅSUB har sedan 1998 sammanställt en konjunkturbarometer för de åländska företagen. Själva konjunkturenkäten återfinns i bilaga 2. Konjunkturbarometerens resultat är likadant upplagda som i ÅSUB:s konjunkturrapporter. Den samlade resultatskalan går från -100 till +100. Om en variabel får resultatet 100 så innebär detta att samtliga företag som besvarat frågan har en positiv syn på den del av konjunkturutvecklingen som frågeställningen gäller. De negativa svaren dras från de positiva, och denna räkneoperation resulterar i de nettotal som slutligen redovisas.

Svaren är också viktade enligt företagets andel av den totala sysselsättningen bland svarande. Med andra ord får de stora företagens svar en större vikt i beräkningen och påverkar därmed det totala utfallet mer än de mindre företagens svar. Samtliga branscher och regioner har minst fyra svarande.

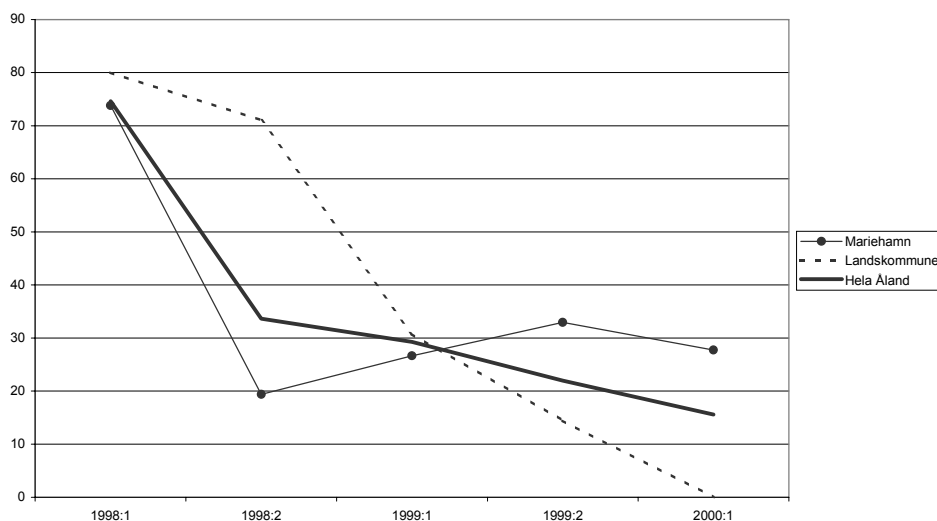
Barometersvaren har uppdelats i två regioner - Mariehamn och landskommunerna (m a o alla andra åländska kommuner än Mariehamn) – och tre branscher: livsmedel, restaurang och övrig handel som omfattar alla de andra delbranscher som analyserades med mvs-data. Handeln totalt innefattar enbart de företag som hör till någon av de delbranscher som ingick i analysen av mvs-data. Med andra ord har samma definition av handeln använts här som ovan.

Antalet handelsföretag som finns med är så pass litet att en fördelning av resultaten på delbranscher och regioner medför en stor osäkerhet i resultaten. Enbart de största förändringarna är statistiskt säkerställda. En sådan förändring är t ex företagets uppfattning om konjunkturutsikterna i sin egen bransch (fråga 1 i enkäten, se bilaga 2). Både inom restaurangbranschen och inom livsmedelsförsäljningen har förväntningarna reviderats ordentlig nedåt från 1998-års nivå (se bilaga 3).

Både Mariehamns och landskommunernas företag har allt moderatere framtidsförväntningar. Förväntningarna är dock fortfarande positiva. Landskommunernas handelsföretag är aningen negativare än Mariehamnsföretagen i sina förväntningar, vilket verkar berättigat med tanke på hur handeln har utvecklats enligt mvs-data (se bilaga 4).

Frågan om det egna företagets omsättningsförväntningar visar ingen lika tydliga trend, framför allt inte i Mariehamn där barometerdata varierar kring noll. I landskommunerna finns det en klarare nedgående trend i försäljningsförväntningarna (se figur 6). När man tittar på branscher så verkar restaurangsidan ha haft mera negativa förväntningar i de tre senaste enkäterna medan den övriga handeln haft uppåtgående förväntningar. Även detta resultat överensstämmer väl med tillgängliga mvs-data.

Figur 6. Allmänna konjunkturutsikter per region



Personalökningen inom handeln ser ut att plana ut. Restaurangerna har anställt fler under de senaste åren men nu pekar anställningsförväntningarna på en oförändrad personalstyrka under detta år. Andra branscher har haft mer variation i sina svar och trenderna är inte lika tydliga. Regionalt sett har personalökningsplanerna minskat mest i Mariehamn.

Investeringarna fortsätter att vara aktuella inom Övrig handel medan andra delbranscher minskar sin investeringstakt under innevarande år. Investeringarna minskar mest i Mariehamn.

Konjunkturenkäten innehåller även en fråga om vad företaget kommer att satsa på under de kommande åren. Investeringarna i maskiner och inventarier var det vanligaste svaret våren 1998 men det svaret har tappat mark till rationalisering av verksamheten, personalutbildning, förbättrade inköpsfunktioner och till ökad marknadsföring sedan dess. Av branscherna är det Övrig handel som ämnar satsa mest på personalutbildning, marknadsföring och produktutveckling. Den positiva grundsynen på framtiden tycks genomsyra svaren inom Övrig handel (se bilaga 5). Regionalt satsar Mariehamns företag mer på produktutveckling medan landskommunerna har mer omfattande planer beträffande investeringar i maskiner och inventarier och lokaler. Dessutom satsar landskommunernas handelsföretag mera på marknadsföringen (se bilaga 6).

Konjunkturenkätens sista fråga handlar om det största hindret för företagets utveckling. Inom handeln är de vanligaste svaren lönebikostnaderna, hård konkurrens och beskattningen. Restaurangbranschens svar har utvecklats på ett intressant sätt: lönebikostnaderna har tappat mark något för beskattningen som det största hindret. Inom restaurangbranschen har det tydligen också blivit brist på personal enligt den senaste konjunkturenkäten (se bilaga 7).

Det finns också en del regionala skillnader i problembilden. Det finns fler företag i landskommunerna än i Mariehamn som anser att byråkratin är det främsta problemet. Man skall då beakta att företagen vanligen är större i Mariehamn. Skattegränsen och transportkostnader verkar också störa mera landskommunernas än Mariehamns företag (se bilaga 8).

Bilaga 1. Detaljerad branschbeskrivning

Branschkod	Antal på Åland	Antal i Mariehamn
Livsmedel		
52111	2	2 Supermarkethandel
52112	48	12 Allmän detaljhandel med dagligvaror
52113	25	8 Kiosker
52122	1	0 Varuhus
52129	1	1 Övriga icke-specialiserade affärer med brett sortiment
52210	3	1 Butikshandel med frukt och grönsaker
52230	2	1 Butikshandel med fisk, skal- och blötdjur
52241	2	1 Butikshandel med bröd och konditorivaror
52242	1	1 Butikshandel med konfektyrer
52272	1	1 Glasskiosker
52273	3	3 Butikshandel med hälsokost
52279	2	2 Övrig specialiserad butikshandel med dagligvaror
Summa	91	33
Kläder		
52421	9	8 Butikshandel specialiserad på damkläder
52422	2	1 Butikshandel specialiserad på herrkläder
52424	3	3 Butikshandel med barnkläder
52429	11	7 Allmän butikshandel med kläder
52431	3	3 Butikshandel med skodon
Summa	28	22
Textiler		
52411	3	2 Butikshandel med tyger
52412	4	3 Butikshandel med garn och handarbetstillbehör
52413	5	4 Butikshandel med inredningstextiler
Summa	12	9
Hushållsartiklar		
52441	7	7 Butikshandel med möbler
52442	4	2 Annan butikshandel med inredningsartiklar
52443	2	1 Butikshandel med elartiklar och belysningsarmatur
52444	1	0 Butikshandel med gummi- och plastvaror
52445	4	2 Butikshandel med husgeråd
52451	9	8 Butikshandel med hushållsapparater och hemelektronik
52452	7	5 Butikshandel med musikartiklar
52509	2	2 Butikshandel med övriga begagnade varor
Summa	36	27
Järn- och byggvaror		
52461	1	1 Allmän butikshandel med järn- och byggvaror
52462	1	1 Butikshandel med målfärger
52469	6	4 Annan butikshandel inom järn- och byggbranschen
52498	1	1 Butikshandel med tapeter och golvbeläggningsmaterial
Summa	9	7

Papper & data

52471	5	4 Butikshandel med pappersvaror och kontorsmaterial
52472	2	2 Butikshandel med böcker
52492	4	3 Butikshandel med databehandlingsutrustning
52493	1	0 Butikshandel med kommunikationsutrustning och kontorsmaskiner
Summa	12	9

Foto, guld, ur

52485	2	2 Butikshandel med fotoartiklar
52486	1	1 Butikshandel med optiska artiklar
52487	4	4 Butikshandel med guldsmedsprodukter och ur
Summa	7	7

Sport & fritid

52488	16	13 Butikshandel med sportartiklar
52491	2	2 Butikshandel med båtar och tillbehör till båtar
52495	5	5 Butikshandel med leksaker och hobbyartiklar
Summa	23	20

Prydnadssaker

52330	9	5 Butikshandel med kosmetika och hygienartiklar
52481	5	4 Butikshandel med blommor
52483	3	0 Butikshandel med trädgårdsartiklar
52484	2	2 Konsthandlar
52494	1	1 Butikshandel med sällskapsdjur
52497	17	12 Butikshandel med presentartiklar
Summa	37	24

Restaurang

55301	21	13 Restauranger
55302	27	10 Kafe-restauranger
55303	3	1 Livsmedelskiosker
55400	18	6 Barverksamhet
55510	4	2 Drift av personalmatsalar
55520	1	0 Catering
Summa	74	32

**Antalet
företag**

329 190

**Posta eller faxa! ÅSUB, Pb 187, 22101 Mariehamn; fax. 018-19495
senast fredagen den 11 februari 2000!**

Företag:

Kontaktperson:

Tel.

Aktuella personalstyrkan _____ Omsättningen enligt det senaste bokslutet _____

1. Konjunkturutsikterna i Er bransch kommer under de närmaste 12 månaderna att

☐ förbättras ☐ vara oförändrade ☐ försämrats

2. Ert företag kommer under de närmaste 12 månaderna att

☐ expandera ☐ bibehålla nuvarande storlek ☐ minska eller upphöra med verksamheten

3. Hur har omsättningen i Ert företag utvecklats de senaste 12 månaderna i förhållande till kostnadsutvecklingen

☐ snabbare ☐ ungefär lika snabbt ☐ långsammare

4. Hur kommer omsättningen att utvecklas under de kommande 12 månaderna i förhållande till kostnadsutvecklingen

☐ snabbare ☐ ungefär lika snabbt ☐ långsammare

5. Hur har lönsamheten i Ert företag utvecklats de senaste 12 månaderna

☐ förbättrats ☐ oförändrad ☐ försämrats

6. Hur kommer lönsamheten att utvecklas under de kommande 12 månaderna

☐ förbättras ☐ oförändrad ☐ försämrats

7. Hur har produktionskostnaderna utvecklats under de 12 senaste månaderna i förhållande till Era försäljningspriser

☐ ökat ☐ samma utveckling ☐ minskat

8. Hur kommer produktionskostnaderna att utvecklas under de kommande 12 månaderna i förhållande till Era försäljningspriser

☐ öka ☐ samma utveckling ☐ minska

9. Har personalen i Ert företag under de senaste 12 månaderna

☐ utökats ☐ varit oförändrad ☐ minskats

10. Kommer personalen under de närmaste 12 månaderna att

☐ utökas ☐ vara oförändrad ☐ minskas

11. Hur har investeringarna i byggnader och maskiner förändrats under de senaste 12 månaderna

☐ ökat betydligt ☐ motsvarar ungefär årligt slitage och avskrivningar ☐ minskat betydligt

12. Hur kommer investeringarna att utvecklas under de närmaste 12 månaderna

- ☐ öka betydligt ☐ motsvara ungefär årligt slitage och avskrivningar ☐ minska betydligt

13. Vilket av följande områden kommer Ert företag att satsa på i första hand under de kommande åren (ange endast ett alternativ)

- alt. 1. ☐ investeringar i maskiner och inventarier
2. ☐ ökad automatisering
3. ☐ nya lokaler eller utvidgning av de befintliga
4. ☐ expansion genom ökad arbetskraft
5. ☐ personalutbildning
6. ☐ utveckla marknadsföringen/söka nya marknader
7. ☐ produktutveckling
8. ☐ ledarskapsutveckling
9. ☐ förbättra inköpsfunktionerna
10. ☐ rationalisera verksamheten/förbättra soliditet och resultat
11. ☐ annat, vad? _____

14. Vilket är det största hindret för utvecklingen av Ert företag (endast ett alternativ)

- alt. 1. ☐ byråkratin
2. ☐ arbetslagstiftningen/kollektivavtal
3. ☐ lönebikostnaderna
4. ☐ beskattningen
5. ☐ skattegränsen mellan Åland, Finland och övriga EU
6. ☐ transportkostnader
- osund konkurrens som orsakas av: 7. ☐ offentlig näringsverksamhet
8. ☐ konkurrenssnedvridande företagsstöd
9. ☐ konkurser och skuldsaneringsförfaranden
10. ☐ grå/svart marknad
11. ☐ marknadens centralisering
12. ☐ hård konkurrens
13. ☐ för liten efterfrågan på produkterna
14. ☐ finansieringssvårigheter
15. ☐ osäkerhet
16. ☐ brist på kompetent personal
17. ☐ lönenivå/övriga produktionskostnader
18. ☐ annan orsak, vilken? _____

Bilaga 3. Konjunturenkätens frågor 1 -12 per bransch

	Fråga 1	Fråga 1	Fråga 1	Fråga 1	Fråga 2	Fråga 2	Fråga 2	Fråga 2	Fråga 3	Fråga 3	Fråga 3	Fråga 3
	Restaurang	Hela handeln	Övrig handel	Livsmedel	Restaurang	Hela handeln	Övrig handel	Livsmedel	Restaurang	Hela handeln	Övrig handel	Livsmedel
1998:1	100	75	44	85	-16	17	28	20	51	53	32	67
1998:2	0	34	15	46	-31	7	30	10	-2	-20	5	-32
1999:1	32	49	25	61	-15	50	19	81	-18	17	2	34
1999:2	52	22	25	7	0	10	13	14	52	16	22	-2
2000:1	19	16	50	1	0	6	35	-3	1	-5	-18	-4

	Fråga 4	Fråga 4	Fråga 4	Fråga 4	Fråga 5	Fråga 5	Fråga 5	Fråga 5	Fråga 6	Fråga 6	Fråga 6	Fråga 6
	Restaurang	Hela handeln	Övrig handel	Livsmedel	Restaurang	Hela handeln	Övrig handel	Livsmedel	Restaurang	Hela handeln	Övrig handel	Livsmedel
1998:1	20	-1	12	-15	100	64	41	67	48	46	53	41
1998:2	29	-1	-39	3	14	1	36	-12	-29	11	45	11
1999:1	-18	31	2	57	18	37	31	45	32	55	15	76
1999:2	-33	-9	20	-6	52	9	31	-17	-16	31	13	59
2000:1	-26	-7	39	-15	48	1	23	-33	19	43	66	46

	Fråga 7	Fråga 7	Fråga 7	Fråga 7	Fråga 8	Fråga 8	Fråga 8	Fråga 8	Fråga 9	Fråga 9	Fråga 9	Fråga 9
	Restaurang	Hela handeln	Övrig handel	Livsmedel	Restaurang	Hela handeln	Övrig handel	Livsmedel	Restaurang	Hela handeln	Övrig handel	Livsmedel
1998:1	48	12	23	-10	82	10	0	-10	49	15	12	7
1998:2	76	30	62	-12	0	20	54	7	45	42	38	43
1999:1	66	29	25	17	66	12	15	-9	51	36	8	40
1999:2	22	-13	-39	-27	39	1	3	-35	49	34	28	28
2000:1	26	21	24	11	11	6	-2	6	19	2	13	-12

	Fråga 10	Fråga 10	Fråga 10	Fråga 10	Fråga 11	Fråga 11	Fråga 11	Fråga 11	Fråga 12	Fråga 12	Fråga 12	Fråga 12
	Restaurang	Hela handeln	Övrig handel	Livsmedel	Restaurang	Hela handeln	Övrig handel	Livsmedel	Restaurang	Hela handeln	Övrig handel	Livsmedel
1998:1	66	61	6	92	35	30	40	22	52	55	39	66
1998:2	-47	-9	-31	7	47	17	0	15	0	5	14	4
1999:1	17	6	2	4	48	33	14	33	-15	9	30	11
1999:2	17	20	28	20	17	8	-7	7	19	10	30	-6
2000:1	0	4	10	3	-1	7	16	9	0	10	39	5

- Fråga 1 Konjunkturutsikterna i företagets bransch
- Fråga 2 Företagets expansion/minskning
- Fråga 3 Hur omsättningen utvecklats
- Fråga 4 Hur omsättningen kommer att utvecklas
- Fråga 5 Hur lönsamheten utvecklats
- Fråga 6 Hur lönsamheten kommer att utvecklas
- Fråga 7 Hur produktionskostnaderna utvecklats
- Fråga 8 Hur produktionskostnaderna kommer att utvecklas
- Fråga 9 Hur personalstyrkan utvecklats
- Fråga 10 Hur personalstyrkan kommer att utvecklas
- Fråga 11 Hur investeringarna utvecklats
- Fråga 12 Hur investeringarna kommer att utvecklas

Källa: ÅSUB:s konjunturenkäter 1998-2000.

Bilaga 4. Konjunkturenkätens frågor 1 - 12 per region

	Fråga 1 Mariehamn	Fråga 1 Landskommur	Fråga 1 Hela Åland	Fråga 2 Mariehamn	Fråga 2 Landskommur	Fråga 2 Hela Åland	Fråga 3 Mariehamn	Fråga 3 Landskommur	Fråga 3 Hela Åland	Fråga 4 Mariehamn	Fråga 4 Landskommur	Fråga 4 Hela Åland
1998:1	74	80	75	15	27	17	56	34	53	-9	54	-1
1998:2	19	71	34	9	0	7	-21	-17	-20	5	-17	-1
1999:1	27	31	29	0	23	15	-13	-4	-7	0	8	5
1999:2	33	14	22	4	14	10	15	17	16	-30	5	-9
2000:1	28	0	16	15	-4	6	-13	4	-5	-9	-4	-7

	Fråga 5 Mariehamn	Fråga 5 Landskommur	Fråga 5 Hela Åland	Fråga 6 Mariehamn	Fråga 6 Landskommur	Fråga 6 Hela Åland	Fråga 7 Mariehamn	Fråga 7 Landskommur	Fråga 7 Hela Åland	Fråga 8 Mariehamn	Fråga 8 Landskommur	Fråga 8 Hela Åland
1998:1	69	34	64	42	74	46	14	-9	12	12	-9	10
1998:2	-2	11	1	18	-9	11	27	100	30	17	100	20
1999:1	13	23	20	27	44	38	36	26	30	7	4	5
1999:2	29	-5	9	7	49	31	-6	-22	-13	16	-19	1
2000:1	39	-53	1	35	54	43	23	13	21	3	14	6

	Fråga 9 Mariehamn	Fråga 9 Landskommur	Fråga 9 Hela Åland	Fråga 10 Mariehamn	Fråga 10 Landskommur	Fråga 10 Hela Åland	Fråga 11 Mariehamn	Fråga 11 Landskommur	Fråga 11 Hela Åland	Fråga 12 Mariehamn	Fråga 12 Landskommur	Fråga 12 Hela Åland
1998:1	22	-27	15	75	-27	61	31	26	30	61	20	55
1998:2	28	80	42	-13	0	-9	19	12	17	4	9	5
1999:1	7	0	2	-7	0	-2	13	32	25	7	4	5
1999:2	27	39	34	18	22	20	10	6	8	2	18	10
2000:1	13	-9	2	4	4	4	7	8	7	15	5	10

- Fråga 1 Konjunkturutsikterna i företagets bransch
- Fråga 2 Företagets expansion/minskning
- Fråga 3 Hur omsättningen utvecklats
- Fråga 4 Hur omsättningen kommer att utvecklas
- Fråga 5 Hur lönsamheten utvecklats
- Fråga 6 Hur lönsamheten kommer att utvecklas
- Fråga 7 Hur produktionskostnaderna utvecklats
- Fråga 8 Hur produktionskostnaderna kommer att utvecklas
- Fråga 9 Hur personalstyrkan utvecklats
- Fråga 10 Hur personalstyrkan kommer att utvecklas
- Fråga 11 Hur investeringarna utvecklats
- Fråga 12 Hur investeringarna kommer att utvecklas

Källa: ÅSUB:s konjunkturenkäter 1998-2000.

Bilaga 5. Vad företaget kommer att satsa på under de kommande åren?

Procent av branschens svarande

Våren 1998	Alternativ												
	Bransch	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Totalt
	Övrig handel	50	13	13	0	0	0	13	0	0	13	0	100
	Restaurang	33	0	0	0	0	0	33	0	33	0	0	100
	Livsmedel	60	0	0	0	20	20	0	0	0	0	0	100
	Hela handeln	50	6	6	0	6	6	13	0	6	6	0	100

Hösten 1998	Alternativ												
	Bransch	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Totalt
	Övrig handel	43	0	0	0	14	0	14	0	0	29	0	100
	Restaurang	0	0	0	0	0	50	25	0	25	0	0	100
	Livsmedel	22	0	22	0	11	0	11	0	0	33	0	100
	Hela handeln	25	0	10	0	10	10	15	0	5	25	0	100

Våren 1999	Alternativ												
	Bransch	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Totalt
	Övrig handel	30	0	10	0	10	10	30	0	10	40	0	140
	Restaurang	0	0	0	0	14	14	29	0	29	14	0	100
	Livsmedel	18	4	11	0	11	11	14	4	18	32	0	121
	Hela handeln	18	2	9	0	11	11	20	2	18	31	0	122

Hösten 1999	Alternativ												
	Bransch	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Totalt
	Övrig handel	33	11	22	0	33	22	33	0	22	33	0	211
	Restaurang	14	0	0	0	57	29	14	29	14	14	0	171
	Livsmedel	32	16	4	0	16	16	4	0	28	40	16	172
	Hela handeln	29	12	7	0	27	20	12	5	24	34	10	180

Våren 2000	Alternativ												
	Bransch	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Totalt
	Övrig handel	22	11	11	0	33	22	33	0	11	44	11	200
	Restaurang	0	0	0	0	14	14	14	0	29	29	0	100
	Livsmedel	21	5	11	0	16	16	11	0	11	42	0	132
	Hela handeln	17	6	9	0	20	17	17	0	14	40	3	143

Källa: ÅSUB:s konjunktürenkäter 1998-2000.

Anmärkning: 1998-års svar summerar upp till 100 p.g.a. att enbart ett av svaren per företag har kunnat tas med i analysen här medan för andra år alla svar per företag finns med.
Alternativen

- 1 investeringar i maskiner och inventarier
- 2 ökad automatisering
- 3 nya lokaler eller utvidgning av de befintliga
- 4 expansion genom ökad arbetskraft
- 5 personalutbildning
- 6 utveckla marknadsföringen/söka nya marknader
- 7 produktutveckling
- 8 ledarskapsutveckling
- 9 förbättra inköpsfunktionerna
- 10 rationalisera verksamheten/ förbättra soliditet och resultat
- 11 annat

Bilaga 6. Vad företaget kommer att satsa på under de kommande åren?

Procent av regionens svarande

Våren 1999	Alternativ												
Region	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Totalt	
Mariehamn	25	0	0	0	13	6	31	0	19	25	0	119	
Landskommun	14	3	14	0	10	14	14	3	17	34	0	124	
Hela Åland	18	2	9	0	11	11	20	2	18	31	0	122	

Hösten 1999	Alternativ												
Region	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Totalt	
Mariehamn	25	6	6	0	31	13	13	0	19	25	6	144	
Landskommun	32	16	8	0	24	24	12	8	28	40	12	204	
Hela Åland	29	12	7	0	27	20	12	5	24	34	10	180	

Våren 2000	Alternativ												
Region	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Totalt	
Mariehamn	12	6	0	0	24	6	24	0	12	41	6	129	
Landskommun	22	6	17	0	17	28	11	0	17	39	0	156	
Hela Åland	17	6	9	0	20	17	17	0	14	40	3	143	

Källa: ÅSUB:s konjunkturenkäter 1998-2000.

Anmärkning: 1998-års svar summerar upp till 100 pga att enbart ett av svaren per företag har kunnat tas med i analysen här medan för andra år alla svar per företag finns med.

Alternativen

- 1 investeringar i maskiner och inventarier
- 2 ökad automatisering
- 3 nya lokaler eller utvidgning av de befintliga
- 4 expansion genom ökad arbetskraft
- 5 personalutbildning
- 6 utveckla marknadsföringen/söka nya marknader
- 7 produktutveckling
- 8 ledarskapsutveckling
- 9 förbättra inköpsfunktionerna
- 10 rationalisera verksamheten/ förbättra soliditet och resultat
- 11 annat

Bilaga 7. Största hindret för företagets verksamhet

Procent av branschens svarande

Våren 1998		Alternativ																	
Bransch	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Totalt
Övrig handel	13	0	0	38	0	0	0	0	0	0	0	0	13	13	0	13	0	13	100
Restaurang	0	0	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
Livsmedel	20	20	20	0	0	0	0	0	0	0	0	40	0	0	0	0	0	0	100
Hela handeln	13	6	25	19	0	0	0	0	0	0	0	13	6	6	0	6	0	6	100
Hösten 1998		Alternativ																	
Bransch	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Totalt
Övrig handel	33	0	0	50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	0	100
Restaurang	25	0	50	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
Livsmedel	0	0	38	13	0	0	0	0	0	0	0	13	13	13	0	0	0	13	100
Hela handeln	17	0	28	28	0	0	0	0	0	0	0	6	6	6	0	0	6	6	100
Våren 1999		Alternativ																	
Bransch	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Totalt
Övrig handel	10	0	40	10	20	0	0	0	0	10	0	50	10	20	0	10	10	0	190
Restaurang	14	0	29	14	0	0	14	0	0	14	0	29	0	0	0	14	0	14	143
Livsmedel	11	7	18	0	4	4	0	4	0	0	25	29	14	4	4	4	14	11	150
Hela handeln	11	4	24	4	7	2	2	2	0	4	16	33	11	7	2	7	11	9	158
Hösten 1999		Alternativ																	
Bransch	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Totalt
Övrig handel	11	0	33	11	11	0	0	0	0	11	0	33	0	0	0	11	0	0	122
Restaurang	14	0	43	29	0	0	0	0	0	0	0	29	0	0	0	0	0	14	129
Livsmedel	20	4	24	12	4	16	4	4	0	0	12	32	8	4	8	8	16	12	188
Hela handeln	17	2	29	15	5	10	2	2	0	2	7	32	5	2	5	7	10	10	163
Våren 2000		Alternativ																	
Bransch	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Totalt
Övrig handel	0	0	33	22	11	11	0	0	0	11	0	22	0	0	11	0	0	11	133
Restaurang	0	14	29	43	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	29	0	14	129
Livsmedel	11	11	26	16	16	5	0	5	0	0	21	37	5	0	5	0	0	5	163
Hela handeln	6	9	29	23	11	6	0	3	0	3	11	26	3	0	6	6	0	9	149

Källa: ÅSUB:s konjunktürenkäter 1998-2000.

Anmärkning: 1998-års svar summerar upp till 100 p.g.a. att enbart ett av svaren per företag har kunnat tas med i analysen här medan för andra år alla svar per företag finns med.

- Alternativen
- 1 byråkratin
 - 2 arbetslagstiftningen/kollektivavtal
 - 3 lönebikostnaderna
 - 4 beskattningen
 - 5 skattegränsen mellan Åland och Finland (f.o.m 2000 även med övriga EU)
 - 6 transportkostnader
 - Osund konkurrens som orsakas av :
 - 7 offentlig näringsverksamhet
 - 8 konkurrenssnedvridande företagsstöd
 - 9 konkurser och skuldsaneringsförfaranden
 - 10 grå/svart marknad
 - 11 marknadens centralisering
 - 12 hård konkurrens
 - 13 för liten efterfrågan på produkterna
 - 14 finansieringssvårigheter
 - 15 osäkerhet
 - 16 brist på kompetent personal
 - 17 lönenivå/övriga produktionskostnader
 - 18 annan orsak

I genomsnitt		Alternativ																	
Bransch	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Totalt
Övrig handel	13	0	21	26	8	2	0	0	0	6	0	21	5	7	2	7	5	5	
Restaurang	11	3	50	22	0	0	3	0	0	3	0	11	0	0	0	9	0	9	
Livsmedel	12	8	25	8	5	5	1	3	0	0	12	30	8	4	3	2	6	8	
Hela handeln	13	4	27	18	5	4	1	2	0	2	7	22	6	4	3	5	5	8	

Bilaga 8. Största hindret för företagets verksamhet
Procent av regionens svarande

Våren 1999		Alternativ																		
	Region	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18 Totalt	
	Mariehamn	6	6	31	13	6	0	6	0	0	6	0	50	6	6	6	13	13	0	169
	Landskommuner	14	3	21	0	7	3	0	3	0	3	24	24	14	7	0	3	10	14	152
	Hela Åland	11	4	24	4	7	2	2	2	0	4	16	33	11	7	2	7	11	9	158
Hösten 1999		Alternativ																		
	Region	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18 Totalt	
	Mariehamn	13	0	25	19	0	0	0	0	0	0	0	38	0	0	0	6	6	0	106
	Landskommuner	20	4	32	12	8	16	4	4	0	4	12	28	8	4	8	8	12	16	200
	Hela Åland	17	2	29	15	5	10	2	2	0	2	7	32	5	2	5	7	10	10	163
Våren 2000		Alternativ																		
	Region	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18 Totalt	
	Mariehamn	0	13	13	25	6	0	0	0	0	0	0	19	0	0	6	13	0	6	100
	Landskommuner	11	6	44	22	17	11	0	6	0	6	22	33	6	0	6	0	0	11	200
	Hela Åland	6	9	29	23	11	6	0	3	0	3	11	26	3	0	6	6	0	9	149

Källa: ÅSUB:s konjunkturenkäter 1998-2000.

Anmärkning: 1998-års svar summerar upp till 100 p.g.a. att enbart ett av svaren per företag har kunnat tas med i analysen här medan för andra år alla svar per företag finns med.
Alternativen

- 1 byråkratin
- 2 arbetslagstiftningen/kollektivavtal
- 3 lönebikostnaderna
- 4 beskattningen
- 5 skattegränsen mellan Åland och Finland (f.o.m 2000 även med övriga EU)
- 6 transportkostnader
- Osund konkurrens som orsakas av :
 - 7 offentlig näringsverksamhet
 - 8 konkurrenssnedvridande företagsstöd
 - 9 konkurser och skuldsaneringsförfaranden
 - 10 grå/svart marknad
 - 11 marknadens centralisering
- 12 hård konkurrens
- 13 för liten efterfrågan på produkterna
- 14 finansieringssvårigheter
- 15 osäkerhet
- 16 brist på kompetent personal
- 17 lönenivå/övriga produktionskostnader
- 18 annan orsak