

INNEHÅLL

Kapitel 1	Inledning och sammanfattning	11
1.1	Bakgrund	11
1.2	Redovisade prognoser för utvecklingen 1980-1985	13
1.3	Prognos och utfall 1970-1975 - En jämförelse	18
1.4	Vad förklarar efterfrågad kvantitet?	27
1.5	Priskänslig efterfrågan. Produktivitetens betydelse för försäljning och internationell konkurrens	30
1.6	Syfte och uppläggning	33
Kapitel 2	Trycksakernas roll i ekonomin	38
2.1	Vilka köper trycksaker?	38
2.2	Vad betyder förbrukningen av olika trycksaker för sysselsättningen inom den grafiska industrin?	40
2.3	Vilka näringsgrenar är engagerade vid framställningen av en trycksak?	45
2.4	Den grafiska branschens relativa betydelse och utveckling. Utrikeshandelns och lagerförändringarnas roll	48
Kapitel 3	En modell över efterfrågan på den grafiska branschens hela produktion	53
3.1	Efterfrågesambandens form	53

3.2	Mått på variablerna	56
3.3	En naiv hypotes för efterfrågan på den grafiska sektorns produktion	58
3.4	Prissättningsbeteendet inom den grafiska branschen	60
3.5	Skattning av efterfrågesambandet	61
3.6	Svårigheter att korrekt mäta prisutvecklingen och betydelsen av dessa svårigheter för möjligheterna att identifiera efterfrågesambandet och erhålla konsistenta skattningar av dess parametrar	63
3.7	Uppgifter för fortsatt forskning	67
Kapitel 4 Efterfrågesamband för enskilda varugrupper		70
4.1	Inledning	70
4.2	Efterfrågesamband och trendframskrivning	70
4.3	Efterfrågan på konsumenttrycksaker	71
4.3.1	Val av förklaringsvariabler	71
4.3.2	Samband som förklarar köpen av konsumentböcker	74
4.3.3	Uppföljning med förlagsstatistik samt ytterligare industri- och utrikeshandelsstatistik	76
4.3.4	Samband som förklarar köpen av dagstidningar - upplaga	80
4.3.5	Samband som förklarar köpen av populärtidningar - upplaga	86
4.4	Köp av reklamtryck och annonser	92
4.5	Köp av tryckta läromedel	97
4.6	Utvecklingen för varugrupper för vilka Grafiska Kommittén tillgripit trendframskrivning	102
4.6.1	Inledning	102
4.6.2	Utvecklingen för facktidningar - upplaga	105

4.6.3	Köpen av kontorstryck	109
4.6.4	Utvecklingen av officiellt tryck och av "övriga trycksaker"	110
Kapitel 5 Omständigheter som inte har beaktats i den ekonometriska analysen		118
5.1	Betydelsen av att förklaringsvariabler utesluts	118
5.2	Faktorer som kan påverka efterfrågan på konsumenttrycksaker	119
5.2.1	Fritid, arbetstid och demografiska förändringar	119
5.2.2	Etermedia och andra alternativ till trycksaker	121
5.2.3	Kvalitetsförändringar hos trycksaker	123
5.3	Faktorer som kan påverka efterfrågan på producenttrycksaker	132
5.4	Faktorer som kan påverka efterfrågan på myndighetstryck	134
Kapitel 6 Prognoser för 1980 och 1985		139
6.1	Val av prognosteknik samt val och karakteristik av basår	139
6.2	Prediktorer för köp av trycksaker och deras utveckling	141
6.2.1	Prediktorer utom relativpriser	141
6.2.2	Antaganden om relativprisernas utveckling	143
6.3	Prognoser för köp av den grafiska branschens hela produktion 1980 och 1985	145

6.4	Prognoser för köp av konsumenttrycksaker	148
6.4.1	Prognoser på detaljhandelsnivå	148
6.4.2	Översättning av efterfrågeprognoserna för konsumentböcker från detaljhandelsnivå till industriproduktionsnivå	151
6.5	Prognoser för köp av reklamtryck och annonser	157
6.6	Prognoser för köp av tryckta läromedel	162
6.7	Den grafiska industrin i två input-outputstudier	163
6.8	Prognoser för varugrupper för vilka IUI inte har utvecklat någon modell	173
6.9	Sammanställning av prognoser	179
6.10	Tendenser i utrikeshandeln	181
Bilaga 1	Efterfrågesamband för den grafiska sektorns hela produktion	193
Bilaga 2	Skattning av efterfrågeelasticiteter med avseende på privat konsumtion med hjälp av primärmaterial till 1969 års hushållsbudgetundersökning	242
Bilaga 3	Använt statistiskt material	266
Bilaga 4	Bakgrundstabeller till några diagram och tabeller	282
Litteratur		286