



Riksbankens Företagsundersökning

MAJ 2014

SMÅ STEG MOT STARKARE KONJUNKTUR OCH STIGANDE PRISER

■ Riksbankens företagsundersökning i maj 2014

Enligt Riksbankens företagsundersökning i maj 2014 har konjunkturen stärkts sedan i januari. Förbättringarna är små men märks i de flesta branscher. Ökad efterfrågan från omvärlden har gynnat exportföretagen samtidigt som den inhemska efterfrågan har stärkts av bland annat ökat bostadsbyggande och stigande hushållskonsumtion.

Konjunkturen i Sverige väntas fortsätta att stärkas framöver, även om det finns en viss risk för bakslag i världsekonomin till följd av orosmoln från bland annat Kina. En stor utmaning för företagen är den svaga lönsamheten som pressas av hård konkurrens. För att höja produktiviteten planerar de att öka investeringarna i ny teknik.

Under det senaste året har prisökningarna hållits tillbaka av en svag efterfrågan, hög konkurrens och relativt låga kostnadsökningar för löner och insatsvaror. Förväntningarna om en bättre konjunkturutveckling framöver gör att företagen planerar att höja priserna och samtidigt förbättra marginalerna. Men prishöjningarna väntas sammantaget bli måttliga det närmaste året och är i hög grad beroende av konjunkturutvecklingen.

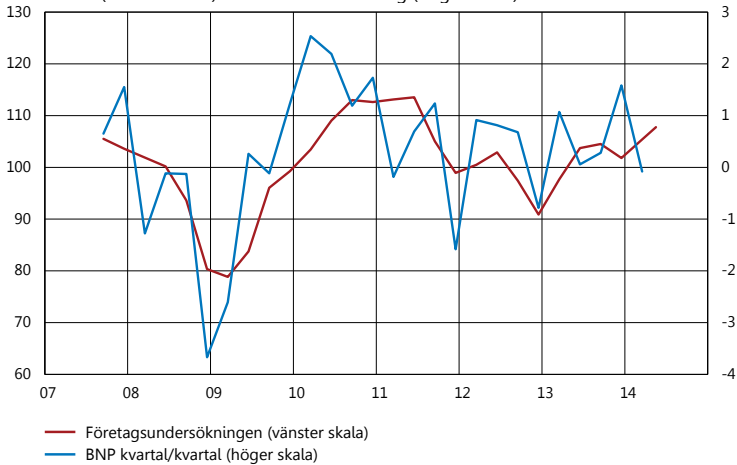
Inför varje penningpolitisk rapport, tre gånger om året, intervjuar Riksbanken de största företagen inom bygg-, handels-, industri- och tjänstesektorerna. Denna gång intervjuades representanter för 46 företag med totalt cirka 276 000 anställda i Sverige. Intervjuerna genomfördes huvudsakligen mellan den 2 och 26 maj och redovisas i rapporten.

”VI ÄR LÅNGSAMT PÅ VÄG ÅT RÄTT HÅLL”

Företagsundersökningens samlade indikator¹ tyder på att konjunkturläget är bättre än i januari, se diagram 1. Företagens kommentarer tyder också på att de väntar sig en fortsatt, om än långsam, återhämtning.

¹ Konjunkturindikatorn beräknas som ett genomsnitt av svaren på frågorna om produktionsvolym, sysselsättning, investeringsplaner, lönsamhet, produktivitetsutveckling och prisutveckling. Frågorna viktas sedan samman utifrån deras förmåga att förutspå säsongsrensad BNP-förändring kvartal till kvartal. Indikatorn beräknas upp till två månader innan kvartalsutfallet av BNP publiceras och ger en tidig indikation på konjunkturutvecklingen.

Diagram 1. **Riksbankens företagsindikator och BNP-förändring**
Indextal (vänster skala) och kvartalsförändring (höger skala)



Anm. Företagsundersökningen genomförs tre gånger per år. Värdet för de första kvartalen interpoleras linjärt i företagsindikatorn. Företagsindikatorn har standardiserats till medelvärdet=100 och standardavvikelsen=10. Detta innebär att ett värde över (under) 100 bör tolkas som en något starkare (svagare) konjunktur än genomsnittligt. Kvartalstillväxten för BNP är säsongjusterad.

Bedömningarna av konjunkturläget skiljer sig fortfarande mellan olika branscher. Byggsektorn går bra och påverkas positivt av stor inflyttning och ökad efterfrågan på bostäder i storstäderna. De konsumentnära branscherna fortsätter att gynnas av hushållens ökande inkomster som stärker konsumtionen. Inom industrin är läget tillfredsställande, men orderingången och produktionen är förhållandevis svaga.

Företagen tror också att återhämtningen fortsätter framöver, se diagram 2.

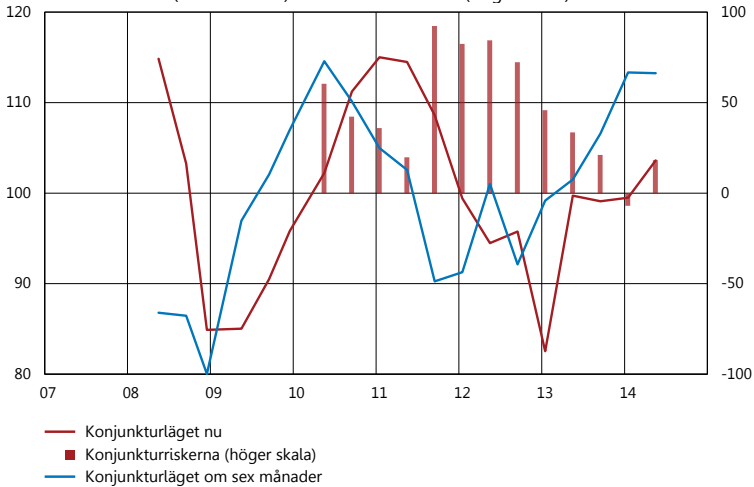
”VI SER ETT EUROPA SOM ÄR STABILARE”

Det finns fortfarande företag som uttrycker oro för att konjunkturen ska försämrats men riskerna har förändrats. Tidigare talade företagen ofta om en negativ utveckling i Europa som den största konjunkturrisken. Nu uppfattas den risken som mindre: ”Riskerna från euro-krisen har ju ebbat ut och ramlat ut från dagordningen för tillfället.”

Företagen verksamma på världsmarknaderna lyfter istället fram utvecklingen i BRIC-länderna (Brasilien, Ryssland, Indien och Kina) som ett nytt orosmoment för konjunkturutvecklingen. Kommentarer avser främst Kina, där det finns flera typer av risker som kan påverka världskonjunkturen negativt.

Diagram 2. **Konjunkturläget nu och framöver**

Viktade indextal (vänster skala) och viktade nettotal (höger skala)



Anm. Indextalen visar ett standardiserat värde (medelvärde=100 och standardavvikelse=10) av saldot mellan andelen svar om konjunkturläget är bra eller dåligt respektive om konjunkturläget kommer att vara bättre eller sämre om 6 månader. Nettotalen visar saldot av svar om riskerna från konjunkturen upplevs vara högre eller lägre än vad som är normalt.

Förutom en allmänt minskande efterfrågan nämns också problemen med den kinesiska så kallade skuggbankssektorn och de höga skuldnivåerna i landet.

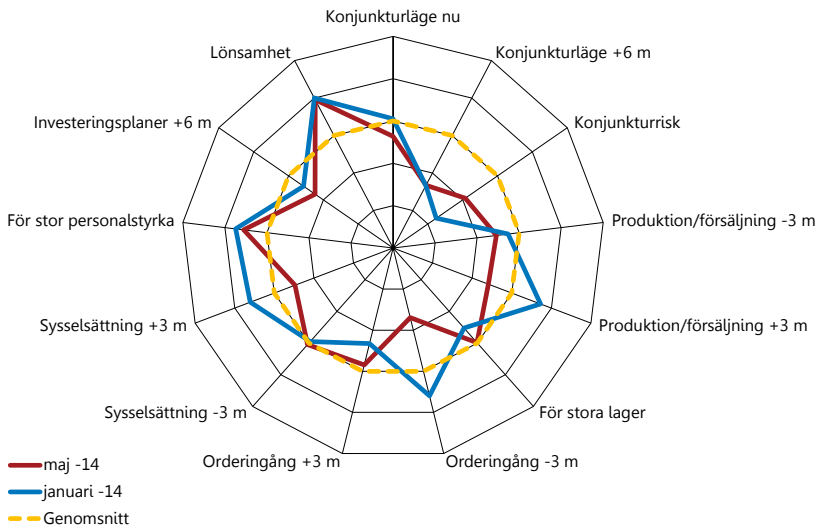
Även om de svenska exportföretagen har en relativt begränsad försäljning direkt till Kina bedöms spridningseffekterna av eventuella problem kunna bli stora och allvarliga. Exempelvis har Kina stort inflytande på världsmarknadspriserna för flera råvaror, vilket kan påverka de svenska företagens försäljning indirekt.

Enligt svaren från flera av företagen påverkades de i maj också av den oroliga situationen i Ukraina. Samtidigt menar flera att oron inte grundar sig i effekter på order- eller försäljningssiffror utan det är snarare fråga om en mer allmän oro.

”TRÖG MEN MARKERAD UPPGÅNG”

Företagens samlade bedömning är att produktion, försäljning och ordergång har förbättrats sedan i januari, se diagram 3. Svaren på de flesta frågorna ligger också över dess historiska genomsnitt, vilket innebär att fler företag än vanligt tror på en uppgång. Företagen förutser också en ökad produktion, försäljning och sysselsättning det kommande kvartalet och den förhoppningen stärks av den ökade ordergången de senaste månaderna.

Diagram 3. **Företagens samlade svarsmönster**
Viktade indextal



Anm. Svaren på frågorna är utplacerade längs en "eker" i diagrammet och ett index tal närmare mitten innebär en förbättring. Det historiska genomsnittet är beräknat för de perioder då frågorna har ställts. Beteckningen -3m / +3m avser de senaste respektive kommande tre månaderna. +6m avser de kommande sex månaderna.

Flera stora industriföretag, som verkar på världsmarknaderna, är fortsatt försiktiga i sin bedömning av den närmaste framtiden. Dessa företag är också ofta missnöjda med sin lönsamhet. Orsaken är i många fall ett lågt resursutnyttjande till följd av relativt små produktionsvolymerna. Flera exportföretag nämner även den allt hårdare internationella konkurrensen och den relativt starka kronan som faktorer som motverkar en snabb konjunkturuppgång.

“DET ÄR ALLMÄNT LÄTTARE ATT TA IN KAPITAL”

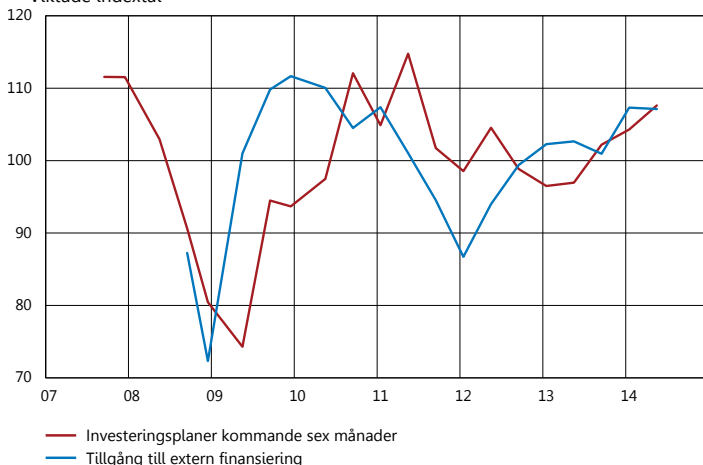
Företagens investeringsplaner tyder på något ökade investeringar de kommande sex månaderna, se diagram 4. Inom industrin görs de flesta investeringarna mot bakgrund av att man behöver lägga om produktionen mot mer energieffektiva och automatiserade produktionsmetoder.

De konsumentnära företagen anger oftast oförändrade eller ökande investeringsplaner. De flesta av deras investeringar avser utveckling av IT-system, förbättrade logistikflöden och andra tekniska lösningar för att förbättra produktiviteten.

Företagens finansieringsvillkor fortsätter att förbättras och i maj var det inget företag som uppgav att de hade försämrats. Finansieringen sköts till en allt större del via värdepappersmarknaderna där företagen får bra villkor. Ett företag uttryckte det som: "Vi har inga

som helst problem att ta in kapital, det brukar fixa sig på en förmiddag.”

Diagram 4. **Investeringsplaner och tillgång till extern finansiering**
Viktade indextal



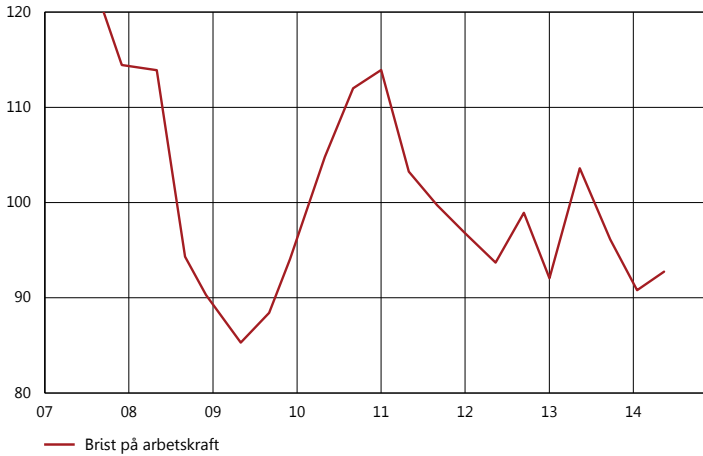
Anm. Indexentalen visar ett standardiserat värde (medelvärde=100 och standardavvikelse=10) av saldot mellan andelen svar om investeringsplanerna är ökande eller minskade de kommande sex månaderna respektive om tillgången till finansiering har förbättrats eller försämrats de senaste tre månaderna.

INGEN ALLMÄN BRIST PÅ ARBETSKRAFT

I maj var det få företag som hade svårigheter att rekrytera personal, se diagram 5. Som i de tidigare undersökningarna uppgav flera företag att det däremot fortfarande är svårt att hitta personal med specialistkompetenser. De kompetenser som nämns är arbetsledare inom byggindustrin, säljare och ingenjörer samt vissa chefskategorier. Hur företagen hanterar denna brist skiljer sig åt mellan olika branscher. Tjänsteföretagen rekryterar i större utsträckning utländsk arbetskraft, har en större löneglidning än andra företag och arbetar med attraktiva förmånspaket. En del handelsföretag löser det med övertid och omprioritering av arbetsuppgifter medan byggföretagen tackar nej till uppdrag som kräver många specialister.

Diagram 5. **Brist på arbetskraft**

Viktade indextal

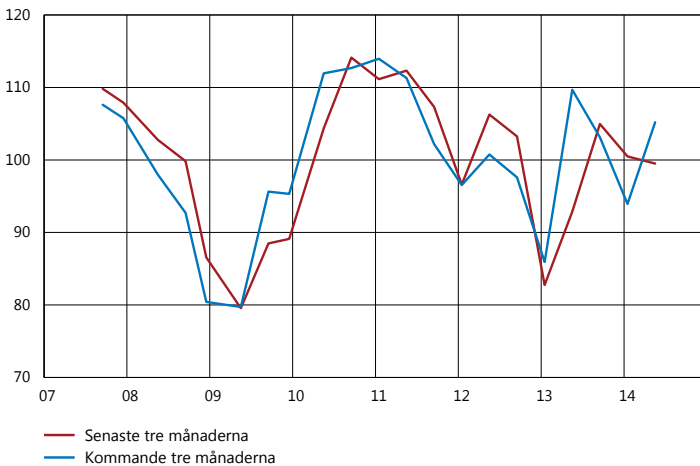


Anm. Indextalen visar ett standardiserat värde (medelvärde=100 och standardavvikelse=10) av saldot mellan andelen svar om det finns brist på arbetskraft eller inte.

Något fler företag än tidigare har minskat antalet anställda de senaste tre månaderna, se diagram 6. Inom de flesta branscher har det under flera år pågått en neddragning av personalstyrkan och inom industrin fortsätter den anpassningen. För övriga företag väntas sysselsättningen öka det närmaste kvartalet vilket verkar ligga i linje med den ökade inhemska efterfrågan inom handel och övriga tjänstproducerande företag.

Diagram 6. **Sysselsättningen nu och framöver**

Viktade indextal



Anm. Indextalen visar ett standardiserat värde (medelvärde=100 och standardavvikelse=10) av saldot mellan andelen svar att sysselsättningen har ökat eller minskat respektive om den kommer att öka eller minska framöver.

”LÖNEFÖRVÄNTNINGARNA HAR VERKLIGHETSANPASSATS”

Sammantaget har lönekostnaderna utvecklats enligt avtal och företagen tror att de kommer göra så även det kommande året. Lönerna anpassas dock långsamt till det allmänna prisläget och ett företag kommenterade det som: ”Inflationen är ju låg och lönekostnaderna ska någon gång anpassas till det också.”

Särskilt flera handels- och tjänsteföretag är osäkra på hur lönekostnaderna kommer att utvecklas framöver. Dessa företag har indikerat att de framtida lönekostnaderna kan öka om arbetsgivaravgifterna skulle höjas efter höstens val. Det handlar främst om företag som i stor utsträckning erbjuder arbete till unga personer och där kraven på yrkes- eller utbildningskompetens är lägre.

FÖRDJUPNING OM KOSTNADER OCH MARGINALER

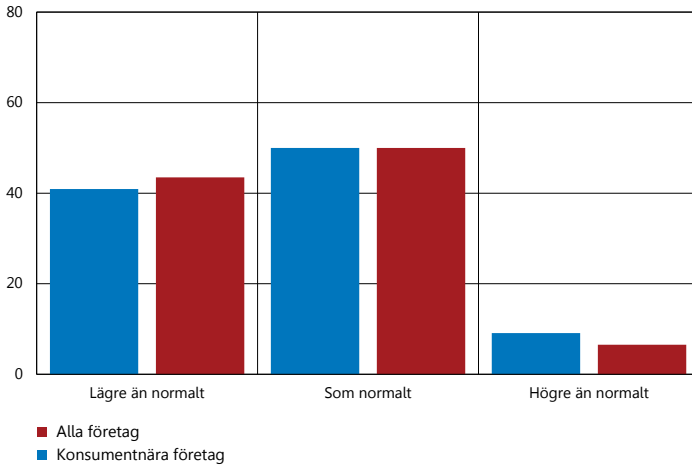
I april skickade Riksbanken, i samarbete med Konjunkturinstitutet, ut en enkät till ett stort antal företag med frågor om deras kostnader, marginaler och priser. Syftet var att ta reda på vad som påverkar företagets prissättning och därmed fördjupa analysen av inflationen.

Som ett komplement till enkätundersökningen har Riksbanken denna gång träffat fler företag än tidigare som säljer varor eller tjänster direkt till privatpersoner. Intervjuerna i maj innefattade också flera nya frågor om företagets kostnadsökningar och marginaler, frågor som också var centrala i den större enkäten. Som vanligt omfattar Riksbankens företagsundersökning endast större företag i respektive bransch. Det kan finnas systematiska skillnader mellan stora och små företag, vilket innebär att resultaten här kan skilja sig från enkätundersökningen.

”DET ÄR INGET SÄRSKILT TRYCK PÅ KOSTNADERNA”

Ungefär hälften svarade att både kostnadsökningar och marginaler har varit ungefär som vanligt det senaste året. Det var också fler som svarade att kostnadsökningarna varit lägre än högre än normalt, se diagram 7.

Diagram 7. **Totala kostnadsökningar de senaste 12 månaderna**
Procentuell andel



Anm. Frågan löd: Hur har de totala kostnadsökningarna för en representativ vara eller tjänst utvecklats de senaste 12 månaderna?

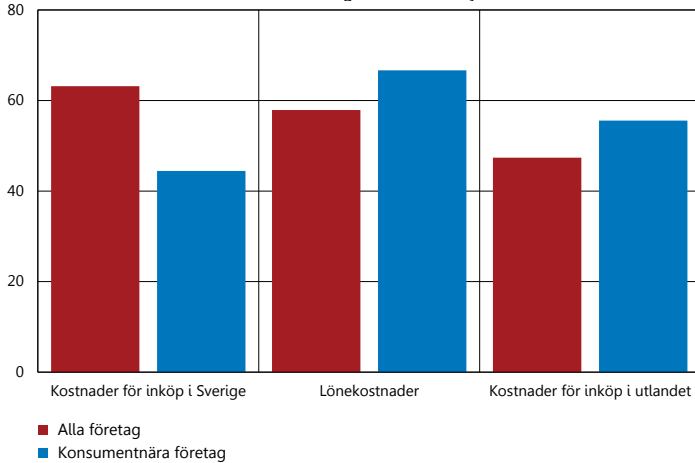
”LÖNEKOSTNADERNA HAR ÖKAT MINDRE ÄN NORMALT”

Gemensamt för samtliga företag är att de största kostnadsposterna är insatsvaror och lönekostnader, dessa står i genomsnitt för ungefär två tredjedelar av de totala kostnaderna. Det är också dessa faktorer som haft störst betydelse för att kostnaderna har ökat långsammare än normalt, se diagram 8.

Av de konsumentnära företagen var det fler som ansåg att lönekostnaderna haft störst betydelse medan inköp av varor och tjänster i utlandet var den andra mest betydelsefulla faktorn. Dessa företag menar också att de lägre kostnaderna för inköp från utlandet beror på att kronan är förhållandevis stark. En kommentar var: ”Vi får ingen inflation på grund av att vi importerar varor – och de är inte dyra.”

Diagram 8. **Faktorerna som har störst betydelse för att kostnadsökningarna varit lägre än normalt**

Procentuell andel som svarat stor eller ganska stor betydelse



Anm. Frågan löd: Hur stor betydelse har följande faktorer haft för att de totala kostnadsökningarna för en representativ vara eller tjänst varit lägre än normalt de senaste 12 månaderna? De faktorer som listades var Lönekostnader, Finansieringskostnader, Transportkostnader, Lokalkostnader, Kostnader för inköp av varor och tjänster i Sverige, Kostnader för inköp av varor och tjänster i utlandet och Annat (respondenten fick ange vad). Faktorerna graderades sedan på en skala där 4= Stor betydelse, 3= Ganska stor betydelse, 2 = Viss betydelse och 1 = Ingen betydelse.

MARIGNALERNA HAR VARIT NORMALA

Företagens marginaler har varit som normalt det senaste året, se diagram 9. Inte heller har utvecklingen av marginalerna varit oväntad. Bland de konsumentnära företagen är det fler som svarat att marginalerna varit högre än normalt det senaste året. Bland dessa företag är lägre kostnadsökningar än vanligt den viktigaste förklaringen till varför marginalerna har blivit högre. Det överensstämmer också med vad företagen svarar på frågan om kostnadsökningarna det senaste året.

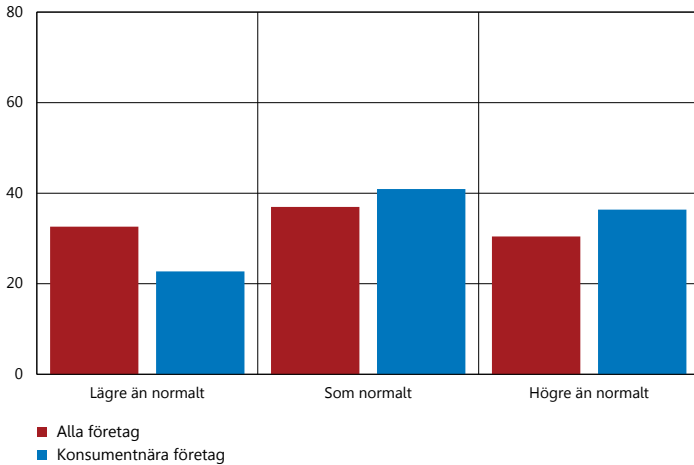
“E-HANDELN ÖVER TID? ALLA TROR PÅ EN ÖKNING”

De företag som svarade att marginalerna har varit *lägre* än normalt det senaste året svarade också att de mest betydelsefulla faktorerna är att konkurrensen har varit hårdare än normalt och att efterfrågan har varit lägre än normalt.

För de konsumentnära företagen har konkurrensen blivit hårdare främst på grund av nya sätt att göra affärer. Några exempel som tas upp är e-handeln och prisjämförelsesajter som gör det enklare för småföretag och utländska företag att konkurrera om samma kunder som de etablerade svenska företagen.

Exportföretagen möter en högre konkurrens på grund av att efterfrågan varit låg sedan finanskrisen. De konkurrerar med i stort sett samma företag som innan krisen, men om en allt mindre marknad.

Diagram 9. **Marginaler/prispåslag de senaste 12 månaderna**
Procentuell andel



Anm. Frågan löd: Hur har marginalerna/prispåslagen för en representativ vara eller tjänst utvecklats de senaste 12 månaderna?

”PRISSÄTTNING SKER EFTER LOKALA FÖRUTSÄTTNINGAR”

I maj tillfrågades företagen om hur ofta de ändrar sina priser och om det har blivit vanligare att de ger rabatter. Inom dagligvaruhandeln har det blivit mycket vanligare med kampanjer, vilket till stor del beror på att konkurrensen mellan lokala butiker har blivit större.

Rese- och flygbolagen ändrar priserna flera gånger per timme och prisreduceringar sker kontinuerligt. För dessa företag gäller det att alltid ha full kapacitet, något som uppnås med förbättrade IT-system som möjliggör en allt snabbare prisanpassning efter utbud och efterfrågan.

De företag vars kunder är andra företag berättar om en allt hårdare förhandlingssituation där inköpsfunktionerna hos både den privata- och den offentliga sektorn har förbättrats och blivit mer prismedvetna. Det har lett till att antalet rabatter och även storleken på dem har blivit större.

För företag inom industrin ändras listpriserna sällan, oftast inte mer än en eller två gånger per år. Rabatter och särskilda avtal är mer regel än undantag, och listpriser fungerar mer som en benchmark mot konkurrenterna.

”VI PLANERAR NU ATT HÖJA VÅRA PRISER”

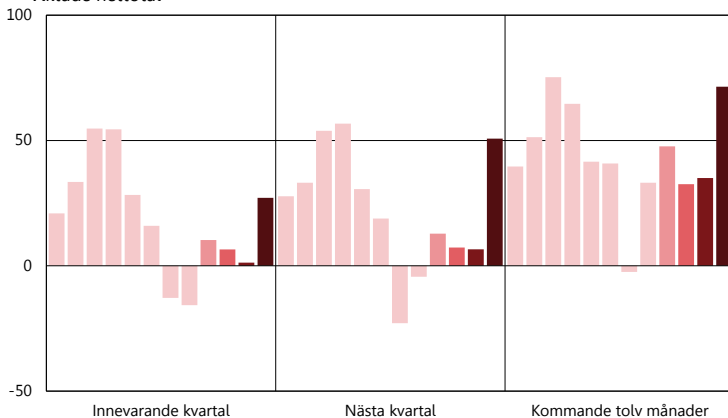
Den optimistiska synen på konjunkturläget framöver får även genomslag på företagens prissättningsplaner. Det är nu fler än tidigare som planerar att höja priserna framöver, se diagram 10. Nivån på de planerade prishöjningarna är i många fall låg och få talar om prisökningar

över två procent på ett års sikt. En kommentar var: "Klarar vi en procent så är vi nöjda." Några företag talar också om en oro för att vara först med att höja priserna, något som skulle kunna leda till förlorade marknadsandelar.

De konsumentnära företagen och industrin tror allmänt på lägre framtida prisökningar jämfört med vad bygg- och bemanningsföretagen gör. De senare planerar i genomsnitt för prisökningar på över två procent.

Diagram 10. **Prisförändringsplaner**

Viktade nettotal



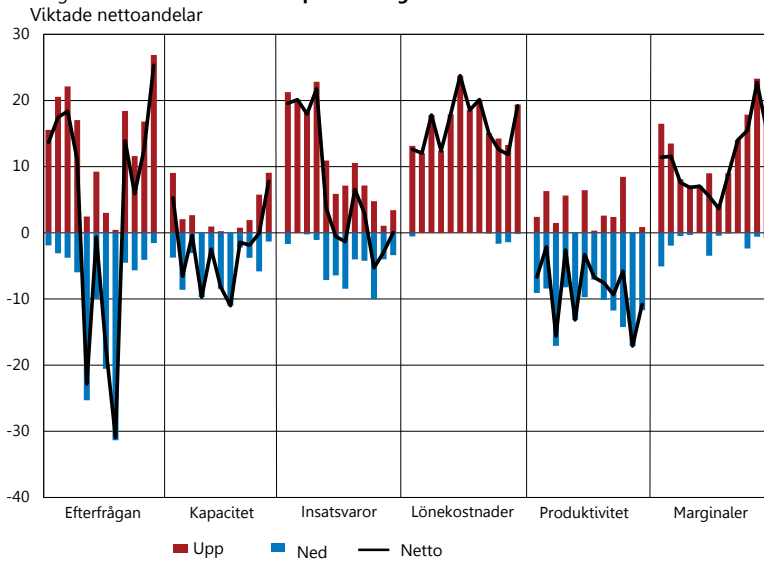
Anm. Staplarna visar nettototalen för de företag som tänker höja/sänka sina priser under innevarande respektive nästa kvartal och på tolv månaders sikt. Staplarna som är i mörkare färgton avser de senaste fyra undersökningarna.

”ÖKAD EFTERFRÅGAN GER UTRYMME FÖR PRISHÖJNINGAR”

Liksom tidigare anser man att ökad efterfrågan är den viktigaste faktorn för högre priser, se diagram 11. En stark konkurrens, både inhemskt och globalt, i kombination med låg efterfrågan har tidigare hållit tillbaka prisökningarna. När efterfrågan ökar väntas också material- och lönekostnader att stiga, vilket också ökar behovet av att höja priserna.

Den faktor som främst förväntas hålla tillbaka prisökningarna är en god produktivitet utveckling som väntas minska kostnaderna och ge utrymme för förbättrade marginaler.

Diagram 11. **Drivkrafter bakom prissättningen kommande tolv månader**



Anm. De röda staplarna visar andelen svar att faktorn kommer att påverka priserna uppåt, medan de blåa staplarna visar andelen som svarar att faktorn kommer påverka priserna nedåt. De svarta linjerna visar nettoandelen.

I majundersökningen var det mindre skillnad mellan industrin och handeln än tidigare. Förväntningarna på att en stigande efterfrågan ska ge utrymme för prishöjningar och på att lönekostnaderna ska öka är tydliga inom båda sektorerna.

OM RIKSBANKENS FÖRETAGSUNDERSÖKNING

Undersökningen avser att spegla pris- och konjunkturutvecklingen inom industrin, byggsektorn, handeln och (delar av) tjänstesektorn. Eftersom ett fåtal aktörer står för en mycket stor del av det svenska näringslivet kan relativt få intervjuer bland dessa ge information om stora delar av näringslivet. Många av de intervjuade företagen förmedlar dessutom information om andra delar av näringslivet genom sina kontaktytor mot bland annat små och medelstora företag.

Undersökningen görs av Riksbankens personal vid besök som vanligen tar cirka en timme. Intervjuerna genomförs i regel med personer i företagets ledningsgrupper. Samtalen ger företagen möjlighet att utveckla svaren och intervjuaren kan ställa fördjupande följdfrågor. Särskilda frågor ställs från tid till annan om aktuella frågeställningar inom penningpolitiken.

I undersökningen intervjuas cirka 40 företag i maj och i september samt cirka 25 företag i januari. Sedan undersökningens start 2007 har över 300 företag deltagit i undersökningen.

Diagrammen i rapporten redovisar företagens svar viktade med respektive företags antal anställda i Sverige. Indextalen i diagrammen fångar upp- och nedgångar i svarsmönstret väl. Dessa svar kombineras sedan med respondenternas reflektioner till frågorna. Rapporten för maj 2014 redovisar resultatet av intervjuer med 46 företag som huvudsakligen gjordes 2/5-26/5.

En närmare beskrivning av undersökningen finns på Riksbankens hemsida: Hokkanen, Melin och Nilson (2012), "Riksbankens företagsundersökning – en snabb konjunkturindikator", Penning- och valutapolitik 2012:3.

http://www.riksbank.se/Documents/Rapporter/POV/2012/rap_pov_artikel_3_121017_sve.pdf



Sveriges riksbank
103 37 Stockholm

Tel 08-787 00 00
Fax 08-21 05 31
registratorn@riksbank.se
www.riksbank.se