

# Riksbankens Företagsundersökning

KONJUNKTUR I SIDLED SÄTTER FOKUS PÅ KOSTNADERNA

JANUARI 2015



## ■ Riksbankens företagsundersökning i januari 2015

*Enligt Riksbankens företagsundersökning i januari 2015 är konjunkturen i stort sett oförändrad sedan den förra undersökningen i september. Liksom tidigare upplever företagen att den inhemska utvecklingen är relativt god och att det enskilt största bekymret för framtiden är att den allmänna efterfrågan i Europa fortsätter vara svag.*

*Den svaga efterfrågan i omvärlden i kombination med en allmänt hård konkurrens har förstärkt företagens behov av att sänka kostnaderna. Många företag ägnar därför mycket resurser åt att utveckla effektivare arbetsätt och produktionsprocesser. Målet med denna kostnadsjakt är att höja marginalerna och förbättra lönsamheten. Flera branscher investerar i ny teknik och satsar på e-handel för att erövra nya marknader, men också för att den hårda konkurrensen tvingar dem att hänga med i utvecklingen.*

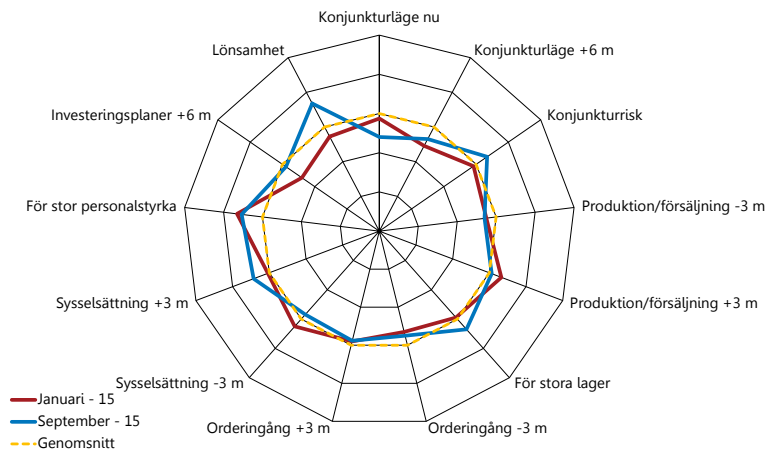
*De lägre olje- och råvarupriserna samt den svagare kronan har särskilt gynnat tillverkningsindustrin. Men utöver det finns det få tecken som tyder på att återhämtningen ska ta fart snabbt framöver. De planerade prisökningarna det kommande året är därför fortsatt små.*

### ”INGET TYDLIGT DRAG”

Den samlade bilden från undersökningen i januari är att produktion, försäljning och sysselsättning är ungefär likadan som vid förra undersökningen i september. Företagens svar ligger dessutom nära det historiska genomsnittet, se diagram 1.

Den senaste tidens lägre råvarupriser inklusive lägre oljepris är särskilt positiva för tillverkningsindustrin. Flera företag tror också att ett fortsatt lågt oljepris på sikt kan komma att stimulera ekonomin och bidra till en snabbare tillväxt. Samtidigt är prisnedgången negativ för företag som säljer råvaror eller gör affärer med andra företag inom råvaruindustrin.

Diagram 1. **Företagens samlade svarsmönster**  
Viktade indextal



Anm. Svaren på frågorna är utplacerade längs en "eker" i diagrammet där ett indextal närmare mitten innebär en förbättring. Det historiska genomsnittet är beräknat för de perioder då frågorna ställdes. Beteckningen -3 m / +3 m betyder de senaste respektive kommande tre månaderna. +6 m betyder de kommande sex månaderna.

### "BARA USA SOM GÅR BRA JUST NU"

Den globala utvecklingen fortsätter att spreta. I USA pågår en stark konjunkturåterhämtning och flera företag tror att den kommer att fortsätta framöver. I Storbritannien är tillväxten fortsatt god och de svenska företagen uppger att efterfrågan på deras produkter i allmänhet är hög där.

I övriga Europa har läget inte blivit märkbart bättre utan företagen uppger att det är relativt oförändrat sedan förra omgången.

Efterfrågan i Tyskland har i stora drag fortsatt som tidigare och Sydeuropa har fortsatt att återhämta sig från låga nivåer. Samtidigt har effekterna av handelssanktioner och låg efterfrågan från Ryssland smittat av sig på tillväxten i hela Östeuropa.

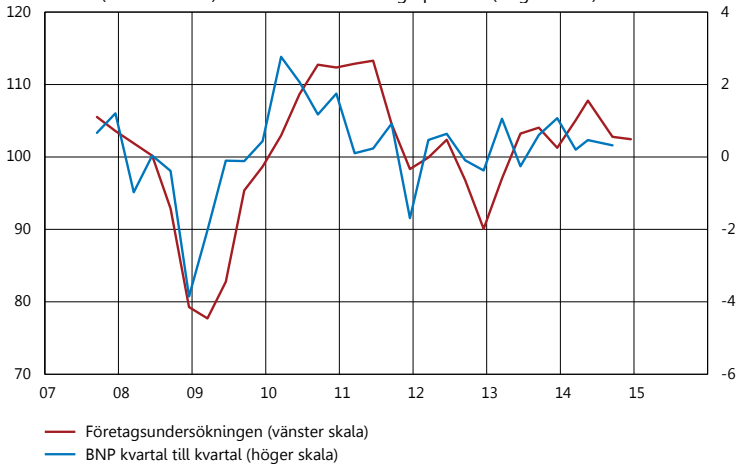
Utvecklingen i Kina fortsätter att mattas av och företagen uppger att nedgången i efterfrågan är allmän och inte bara gäller de branscher där de svenska företagen är aktiva.

### INDIKATORN PEKAR PÅ TILLVÄXT

Företagsundersökningens samlade indikator av konjunkturen är något lägre än i september men tyder på fortsatt tillväxt, se diagram 2.

Exportföretagen påverkas negativt av den långsamma återhämtningen i Europa medan utvecklingen för bygg- och handelsbranscherna som är beroende av den inhemska efterfrågan är tillfredställande.

Diagram 2. **Riksbankens företagsindikator och BNP-förändring**  
 Indexetal (vänster skala) och kvartalsförändring i procent (höger skala)

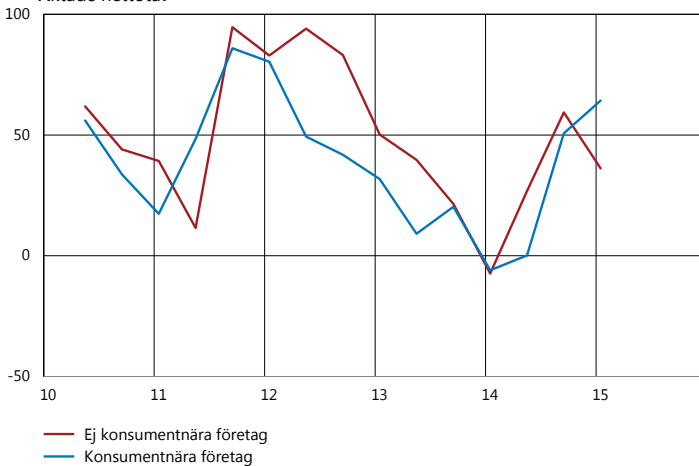


Anm. Företagsindikatorn beräknas som ett viktat genomsnitt av svaren på olika frågor i undersökningen. De viktas därefter utifrån deras förmåga att förutspå säsongrensad BNP-förändring kvartal till kvartal. Indikatorn beräknas upp till två månader innan utfallet av BNP publiceras och ger en tidig indikation på konjunkturutvecklingen. Företagsindikatorn har standardiserats till medelvärdet = 100 och standardavvikelsen = 10. Det innebär att ett värde över (under) 100 bör tolkas som en något starkare (svagare) konjunktur än genomsnittligt. Kvartals-tillväxten för BNP är säsongjusterad.

“MAN KAN INTE RIKTIGT LITA PÅ DEN SITUATION SOM ÄR I DAG”

I januari bedömer företagen att riskerna för konjunkturutvecklingen fortsätter att vara högre än normalt. Generellt råder det osäkerhet om hur olika politiska beslut i Sverige kommer att påverka konjunkturen framöver. Det gäller särskilt för företag som har en stor försäljning till privatpersoner, se diagram 3.

Diagram 3. **Riskerna för konjunkturutvecklingen**  
 Viktade nettotal



Anm. Linjerna visar nettotalen för de företag som säger att riskerna just nu är större respektive mindre än normalt.

Byggföretagen är främst oroliga över vad som kommer att hända med satsningarna på infrastruktur framöver. För företag i de

konsumentnära branscherna är det främst otydlighet kring skatteregler som till exempel arbetsgivaravgifter för unga som påverkar framtidsplanerna. Om den subventionerade arbetsgivaravgiften för unga tas bort kommer det att påverka företagens anställningsplaner.

Diskussioner om eventuella amorteringskrav och sänkta ränteavdrag anses också bidra till osäkerhet om hushållens framtida konsumtionsutrymme.

#### “INGEN INFLATION – VI SÅNKER KOSTNADERNA HELA TIDEN”

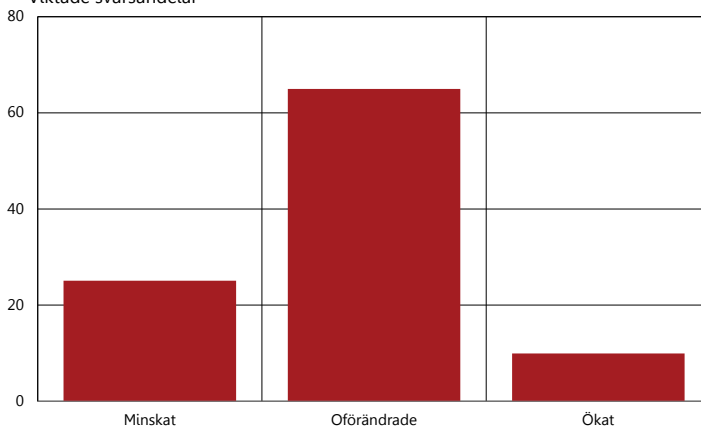
I januari tillfrågades företagen om utvecklingen av de genomsnittliga styckkostnaderna. För de flesta företag har de varit oförändrade de senaste tre månaderna, se diagram 4.

Ungefär en fjärdedel av företagen uppger att styckkostnaderna har minskat, vilket delvis beror på fallande världsmarknadspriser på råvaror men också på företagets eget effektiviseringsarbete.

Effektiviseringsarbetet har pågått under en längre tid men har intensifierats under senare år. Inom industrin innebär kostnadsjakten att man förbättrar sin maskinkapacitet och inom handeln handlar det om att öka försäljningen per anställd. Det gör man till exempel genom att uppdatera mjukvaror i maskinerna i industrin och att öka självbetjäningen i butikerna.

Dessa förändringar innebär att man behöver utveckla kompetensen på sin befintliga arbetsstyrka och därför nyanställer företagen allt oftare kvalificerad personal med andra kompetenser än tidigare.

Diagram 4. **Företagens styckkostnader de senaste tre månaderna**  
Viktade svarsandelar



Anm. Frågan löd: Hur har de genomsnittliga styckkostnaderna utvecklats de senaste tre månaderna jämfört med föregående tre månader?

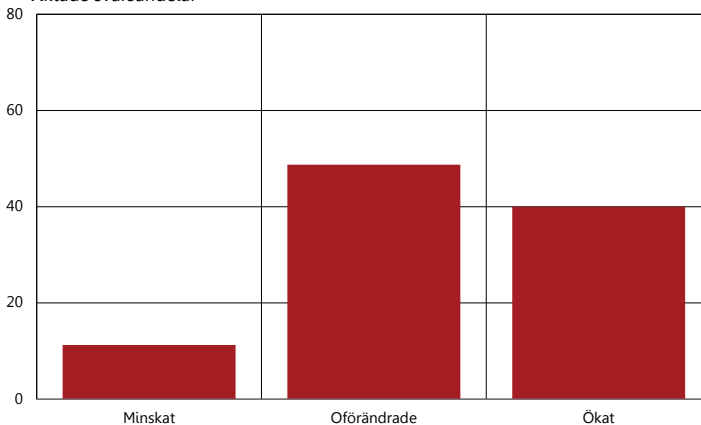
## ”ALLA LÄTTA BESPARINGAR ÄR REDAN GJORDA”

Eftersom flera företag har genomfört stora rationaliseringsprogram de senaste åren är det få som planerar att minska arbetsstyrkan ytterligare. Företagen använder istället andra åtgärder för att få ner arbetskostnaderna. Ett sätt att göra det är att optimera scheman, vilket innebär att man arbetar med att minska olika tilläggsersättningar. Företagen är också mer restriktiva med löneökningar utöver det som man har kommit överens om i centrala förhandlingar.

## NÅGOT HÖGRE MARGINALER

De flesta företagen svarar, precis som för styckkostnaderna, att marginalerna också har varit oförändrade, se diagram 5.

Diagram 5. **Företagens marginaler de senaste tre månaderna**  
Viktade svarsandelar



Anm. Frågan löd: Hur bedömer du att era nettomarginaler har utvecklats de senaste tre månaderna jämfört med föregående tre månader?

Runt 40 procent svarar att marginalerna ökat de senaste tre månaderna. Av dem är det lite mer än en tredjedel som uppger att de ökade marginalerna beror på lägre styckkostnader. Men för de flesta företagen är utvecklingen av marginalerna ett resultat av den senaste tidens dollarförstärkning. Några få har också lyckats höja priserna den senaste tiden, även om ökningen i många fall har varit liten.

Att marginalerna har ökat de senaste tre månaderna ändrar dock inte företagets bild av att marginalerna ändå är lägre än vad som är normalt och de flesta hoppas att de kan stärka dem framöver.

## VÄXELKURSEN STÄRKER LÖNSAMHETEN FÖR EXPORTFÖRETAGEN

Den svenska kronan har försvagats mot andra valutor och särskilt mot dollarn under det senaste halvåret. När den svenska kronan försvagas

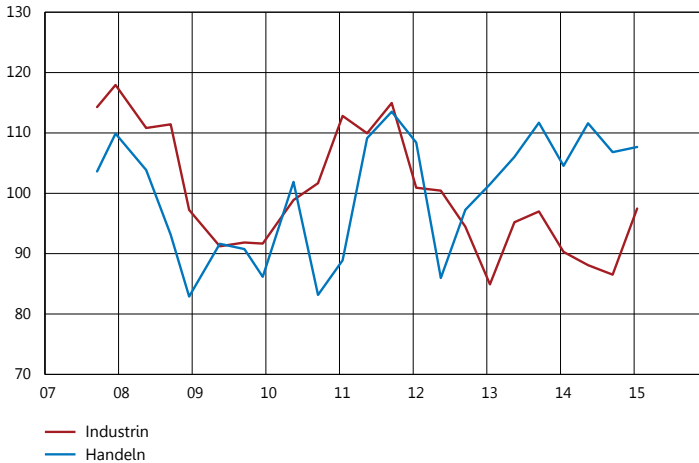
mot omvärlden stärker det lönsamheten för de globala exportörerna medan de inhemska företagen möter högre kostnader.

Eftersom också råvarupriserna i dollar har fallit under perioden har det förstärkt effekten av den svagare kronan och lönsamheten har förbättrats, särskilt för industriföretagen, se diagram 6.

Förändringar i växelkurserna har generellt små effekter på försäljningspriserna i närtid. De påverkar istället marginaler och lönsamhet. Men om växelkursen består uppger företagen att de kommer att kompensera sina kostnader med att höja priserna.

Diagram 6. **Företagens uppfattning om lönsamheten**

Viktade indextal



Anm. Indextalen visar ett standardiserat värde (medelvärde = 100 och standardavvikelse = 10) av saldot mellan andelen svar på om lönsamheten är god eller dålig.

### ”VI HÅLLER HÅRT I INVESTERINGSPENGARNA JUST NU”

Precis som i september uppger många industriföretag att de riktar in de flesta av sina investeringar på att effektivisera den befintliga verksamheten och inte på att utöka produktionskapaciteten. Eftersom kapacitetsutnyttjandet fortfarande är lågt och de flesta utan problem kan möta en större efterfrågan är industrins behov av att investera för tillväxt små, se diagram 7.

I övriga branscher är investeringsplanerna något mer positiva. De planerade investeringarna avser ofta IT-system och bättre lager- och logistiklösningar.



Diagram 7. **Företagens kapacitetsutnyttjande och industrins investeringsplaner**  
Viktade indextal



Anm. Indexentalen visar ett standardiserat värde (medelvärde = 100 och standardavvikelse = 10) av saldot mellan andelen svar på om investeringsplanerna ökar eller minskar de kommande sex månaderna. Kapacitetsutnyttjandet är en kombination av två frågor ("Finns det brist på arbetskraft?" och "Kan ni hantera en oväntad ökning av efterfrågan?").

### "ALLTING MÅSTE BLI MYCKET MER I REALTID"

En fråga som diskuterats flitigt den senaste tiden är i vilken utsträckning digitaliseringen påverkar ekonomin. I den här undersökningen frågade Riksbanken därför särskilt om företagen hade investerat i informationsteknik som påverkat deras kärnverksamhet de senaste tre åren.

De konsumentnära företagen har investerat i sådan teknik för att kunna samla in och sammankoppla data från olika delar av verksamheten. Det förbättrar möjligheten att skapa individuella erbjudanden till varje enskild kund, vilket ses som en viktig konkurrensfördel.

Utöver en effektivare kommunikation med kunden ser de konsumentnära företagen att tillgången till data ökar möjligheten att jaga kostnader i varje led av varukedjan, från inköp till lager och slutligen transport till butik. Men det arbetet är en del av ett kontinuerligt förbättringsarbete och företagen är tydliga med att den nya tekniken inte innebär någon "big bang" för produktivitetens utvecklingen.

### "DET ÄR BARA TANKEN SOM BEGRÄNSAR"

För tillverkningsindustrin har IT-investeringarna framför allt inneburit att man infört informationsteknologi i de produkter som man utvecklar. Det gör bland annat att produkterna kan samla in och bearbeta data. Ett exempel är "smarta fordon" som inhämtar data om bland annat vägunderlag och kommunicerar det vidare till andra intressenter

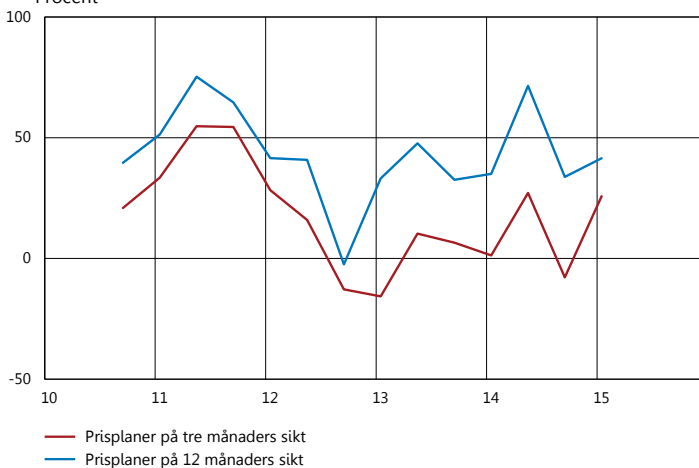
Produktionsprocesserna verkar vara mindre påverkade av IT-investeringar. Istället talar företagen om en kontinuerlig förbättring av befintlig teknologi som gradvis ökar produktiviteten.

I telekomindustrin har man i större utsträckning investerat i ny teknik de senaste åren för att öka produktiviteten i sina verksamheter. Det har medfört en kraftig förändring i arbetssätt och organisation. Företagen i telekomindustrin tror också att investeringar i ny teknologi kommer fortsätta att vara central för att förbättra produktiviteten framöver.

### ”MAN FÅR VARA VÄLDIGT AKTSAM OM PRISET”

Något fler företag än tidigare planerar att höja priserna på tre och tolv månaders sikt, se diagram 8. Men det oförändrade konjunkturläget tillsammans med en hård konkurrens dämpar nivån på företagens planerade prisökningar. Det gäller särskilt för konsumentnära företag. De företagen har sedan undersökningen i maj 2013 kontinuerligt reviderat ner sina prisplaner på tolv månaders sikt. För företag i övriga branscher är förväntningarna högre men få tror på prisökningar på över 1 procent.

Diagram 8. **Företagens prisplaner på tre och 12 månaders sikt**  
Procent



Anm. Nettototalen visar saldot av andelen svar om priserna kommer att höjas respektive sänkas

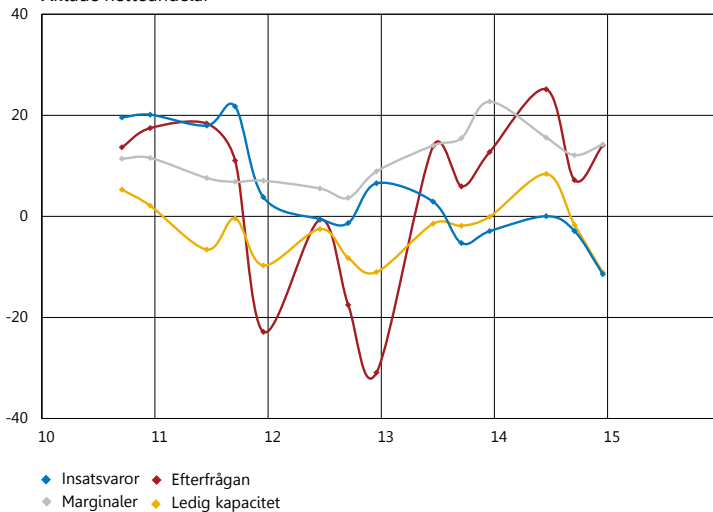
### ”EFTERFRÅGAN FÖR SVAG FÖR ATT UPPRÄTTHÅLLA PRISERNA”

De senaste två åren har företagen haft förhoppningar om en stigande efterfrågan. Tillsammans med deras behov av att höja marginalerna har det varit viktiga faktorer bakom de planerade prishöjningarna, se diagram 9.

I januari uppger företagen att efterfrågan och marginaler fortfarande är viktiga drivkrafter bakom prishöjningsplanerna medan sjunkande råvarupriser och ledig kapacitet väntas pressa ned prisplanerna det kommande året.

Efterfrågan är dock den enskilt viktigaste faktorn för att priserna ska höjas framöver och vissa företag inom framför allt industrin förväntar sig att en ökning i framtida efterfrågan kommer att ge utrymme för mindre prishöjningar. Samtidigt upplever företag i alla branscher att konkurrensen är hård, vilket håller tillbaka prisökningarna. En talande kommentar från en företagsledare var att man "inte längre kan skyffla över allt på kunden". Fokus ligger istället på att jobba hårdare med sina kostnader för att behålla marginaler och lönsamhet.

Diagram 9. **Drivkrafter bakom prissättningen kommande 12 månader**  
Viktade nettoandelar



Anm. Linjerna visar netto av svar att faktorn kommer att påverka priserna uppåt eller nedåt det kommande året. En punkt över (under) noll innebär att faktorn bidrar stigande (sjunkande) priser framöver

## E-HANDELN PÅVERKAR KONSUMENTENS BETEENDE

Försäljning via internet (e-handel) har ökat successivt under senare år. Handelsföretagen i januariundersökningen tillfrågades därför om hur de ser på utvecklingen av e-handeln och hur den påverkar deras verksamheter.

Överlag ligger e-handelsförsäljningen på låga nivåer trots en stor tillväxt de senaste åren. Men det finns stora skillnader mellan olika branscher.

I dagligvaruhandeln står e-handeln för en mycket liten del av försäljningen medan den är mer betydelsefull för övriga detaljhandelsföretag. Många företag vittnar om ett förändrat konsumentbeteende på

grund av e-handeln och vissa av dessa företag märker av en vikande butiksförsäljning.

E-handeln har också inneburit en ökad pristransparens eftersom företagens produkter och priser finns tillgängliga på internet. Det gör att konsumenter enkelt kan jämföra priset på en produkt mellan många aktörer innan de beslutar sig för att köpa, något som gör det svårare för företagen att höja priserna mot sina kunder. Företagen med vikande butiksförsäljning uppger att det ännu inte haft några större effekter på deras framtida planering. Men om e-handeln fortsätter att öka kan det bidra till att man minskar butiksnätet och antalet säljare i butik.

De flesta handelsföretagen investerar i IT-infrastruktur för att underlätta e-handel men de uppger samtidigt att det kommer ta tid innan den står för en betydande del av omsättningen, särskilt inom dagligvaruhandeln.

## OM RIKSBANKENS FÖRETAGSUNDERSÖKNING

Riksbankens undersökning ska 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 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 genom att Riksbankens personal besöker företagen, vanligen i 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. Ibland får företagen också särskilda frågor om aktuella frågeställningar inom penningpolitiken.

I undersökningen intervjuas cirka 40 företag i maj, september och januari. Sedan Riksbanken började genomföra undersökningen år 2007 har över 300 företag deltagit i den.

Diagrammen i rapporten visar företagens svar viktade med respektive företags antal anställda i Sverige. Indextalen i diagrammen fångar upp- och nergångar i svarsmönstret väl. Dessa svar kombineras sedan med företagets reflektioner under intervjuerna. Rapporten för januari 2015 redovisar resultatet av intervjuer med 42 företag som huvudsakligen gjordes mellan den 7 och den 21 januari.

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](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](mailto:registratorn@riksbank.se)  
[www.riksbank.se](http://www.riksbank.se)