

Riksbankens Företagsundersökning

# ”Efterfrågan är inte problemet – bekymren är på utbudssidan”

Maj 2021



# Riksbankens företagsundersökning i maj 2021<sup>1</sup>

---

Konjunkturläget har fortsatt att stärkas under våren. Framför allt är konjunkturutvecklingen för tillverkningsindustrin stark, vilket även gynnat andra branscher som till exempel de företagsnära tjänstebanscher. Byggbolagen har vänt uppåt under våren. Byggbolagen märker att beslutskraften hos kunderna börjar komma tillbaka och de är därför optimistiska om konjunkturutvecklingen. Inom handeln är konjunkturläget överlag stabilt gott, medan det är fortsatt svagt i den hårt drabbade besöksnäringen, även om en viss optimism om framtiden börjar kunna skönjas även där.

Riskerna för att konjunkturutvecklingen ska försvagas bedöms vara lägre nu än tidigare under pandemin, vilket delvis beror på den allmänt starka efterfrågan. Samtidigt fortsätter utbudsstörningarna att både direkt och indirekt påverka allt fler företag och branscher. Bristen på halvledare har lett till att produktionen periodvis fått stoppas inom delar av industrin, och bristen på containrar innebär att leveranser försenas och kostnaderna ökar.

Lönsamheten är god, särskilt för industrin. Storföretagen har dessutom en fortsatt god tillgång till extern finansiering. Många har återupptagit sina investeringsplaner, som temporärt pausades under fjolåret, och vissa har även utökat dem. Det gynnsamma läget, men också högre frakt- och materialkostnader, gör att industrin både höjer och planerar för ytterligare höjningar av försäljningspriserna. Även handeln och företag som säljer tjänster direkt till hushållen har planer på att höja försäljningspriserna framöver för att kompensera för ökade kostnader.

I maj intervjuades företagen om hur pandemin hittills har påverkat verksamheten. Även om fler ser en negativ nettoeffekt av pandemin så är det många som ser positiva effekter på produktiviteten. Framför allt anses de nya arbets-, rese- och mötesrutinerna höja effektiviteten i verksamheten. E-handeln har även ökat rejält under pandemin liksom investeringarna i den.

---

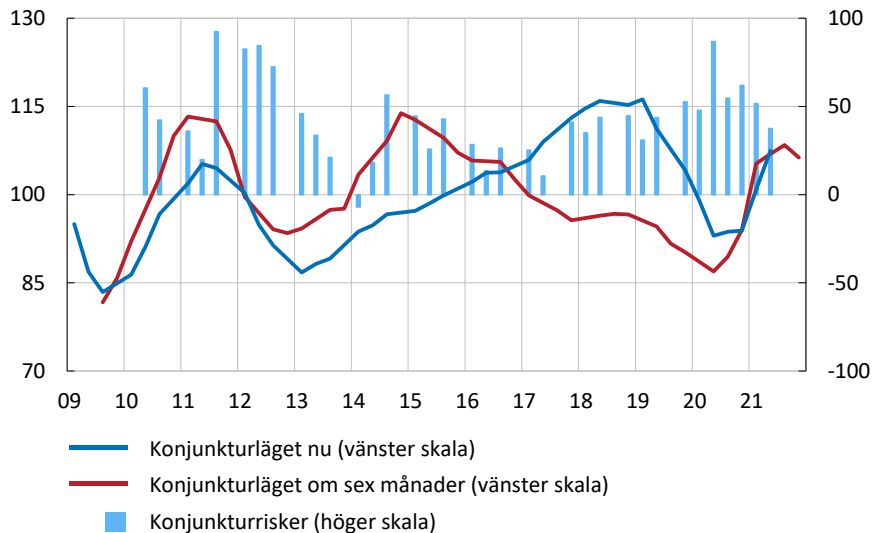
<sup>1</sup> Riksbanken har under perioden 27 april-7 maj genomfört intervjuer, via telefon eller videosamtal, med 53 industri-, bygg-, handels- och tjänsteföretag samt branschorganisationer. Riksbankens företagsundersökning publiceras på Riksbankens [webbsida](#).

## ”... riskerna med pandemin avtar ändå, världen är igång”

Konjunkturläget har stärkts ytterligare i maj, se diagram 1. Efterfrågan är stark både globalt och från den inhemska marknaden samtidigt som den expansiva ekonomiska politiken gynnar konjunkturläget.

### Diagram 1. Konjunkturläge och konjunkturrisker

Indextal (vänster skala) och netttotal (höger skala)



Anm. Indextalen visar ett standardiserat värde (medelvärde = 100 och standardavvikelse = 10) av netttotalen för de företag som anger att konjunkturläget för närvarande är bra eller dåligt och de som anger att konjunkturläget om sex månader kommer att vara bättre eller sämre. Den röda linjen, konjunkturläget om sex månader, är framflyttad två kvartal. Serierna för konjunkturläget är utjämnade med ett glidande medelvärde baserat på tre observationer. Staplarna visar netttotalen för de företag som anger att riskerna för konjunkturutvecklingen just nu är större respektive mindre än normalt. Eftersom fler företagsundersökningar genomfördes än normalt under 2020 finns det observationer för samtliga kvartal.

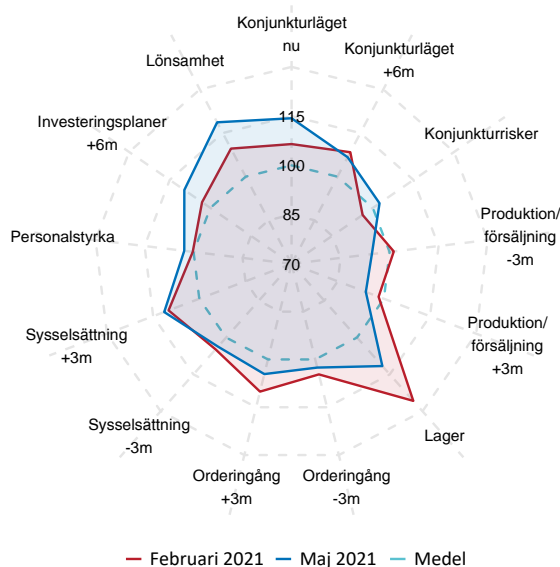
Industrikonjunktoren har fortsatt att utvecklas starkt under våren, vilket även gynnat de företagsnära tjänstebanserna. Byggkonjunktoren har vänt uppåt och byggbolagen är också tydligt optimistiska om konjunkturutvecklingen. Inom handeln är konjunkturläget överlag stabilt gott, även om det finns skillnader mellan olika delbranscher. Det är fortsatt svagt i den hårt drabbade besöksnäringen, även om en viss optimism om framtiden börjar kunna skönjas även där. Konjunkturläget bedöms vara starkt framöver, men utvecklingen beror bland annat på hur de ekonomiska stimulanserna trappas ned. Det redan starka konjunkturläget bidrar sannolikt till att det är något fler företag nu som tror att konjunkturläget kommer att vara oförändrat starkt än att det kommer stärkas ytterligare framöver. En företagsledare säger: ”Det är svårt att tro att det kommer vara annat än gott, riskerna med pandemin avtar ändå, världen är igång.”

## ”Känslan är att det rullar på lite för bra, och att det kommer en sättning någonstans”

Överlag bedöms riskerna för att konjunkturutvecklingen ska försvagas vara lägre nu än vad de har varit tidigare under pandemin, se diagrammen 1 och 2. Även om många fortfarande ser pandemin som en betydande riskfaktor, så är det inte samma fokus på den som i tidigare undersökningar. Riskerna med pandemin bedöms också fortsätta minska i takt med att allt fler vaccineras, smittspridningen minskar och restriktionerna lättar. Företagen har även blivit bättre på att hantera pandemin så att kostnaderna för verksamheten minimeras vid eventuella nya utbrott. Istället betonas riskerna med olika typer av utbudsstörningar, till exempel brist på containrar och halvledare. Det starka efterfrågeläget inom framför allt industrin bidrar även till en viss oro: ”Det måste komma en dämpning, allt är så uppumpat.” Samtidigt har man svårt att se vad som skulle kunna vända konjunkturutvecklingen: ”Vi hittar inte det som ska spåra ur i det här.”

### Diagram 2. Företagens samlade svarsmönster

Indextal



Anm. Svaren på frågorna är utplacerade längs ”ekrar” i diagrammet där ett indextal närmare mitten är sämre. Ökade konjunkturrisker antas här vara försämringar och innebär därmed lägre indextal. Lager avser färdigvarulager och ökad lagerstorlek innebär ett lägre indextal. De historiska genomsnitten är beräknade från det datum då den aktuella frågan började ställas. Beteckningarna -3m / +3m betyder de senaste respektive de kommande tre månaderna. +6m betyder de kommande sex månaderna.

## Industrin: "Vi fortsätter att gå på max, det går inte att öka så mycket mer"

Konjunkturläget inom industrin har förstärkts ytterligare under våren. De flesta industribranscher har en stabilt hög ordergång. Överlag bedöms efterfrågan från framför allt Asien och Nordamerika vara stark, medan efterfrågan från Europa är svagare, även om den utvecklas i rätt riktning. Flera producerar redan på maximal kapacitet och har i nuläget svårt att leverera mer även om efterfrågan skulle öka mer. Det resulterar istället i längre leveranstider. Det är produktionskapaciteten som nu skapar begränsningar och inte tillgången på arbetskraft.

## "Vi är mycket mer oroad över halvledarbristen än av pandemin just nu"

Bristen på halvledare fortsätter att vara ett stort problem för framför allt fordonsindustrin, som periodvis har haft produktionsstopp. Andra branscher i näringslivet påverkas också direkt och indirekt av bristen, och fler företag är mer bekymrade för den nu än i februari. Bristen bedöms hålla i sig till nästa år. Det rapporteras även om viss brist på andra insatsvaror och råvaror.

Transporterna inom sjöfarten präglas av bristen på containrar som orsakar påtagliga problem i logistikflöden och leveranser, särskilt till och från Asien. En företagsledare beskriver situationen som en "obalans i det globala systemet." Flera olika förklaringar till containerbristen lyfts fram. En är att containertrafiken dirigerats om till de geografiska marknader där efterfrågan är som störst, vilket har lett till brist i andra delar av världen. En annan förklaring är att pandemirestriktioner har gjort att containrar har blivit stående i olika länder. Men det verkar också vara så att färre antal containrar har tillverkats under 2020 än tidigare år.

Stor efterfrågan och fortsatta utbudsstörningar gör det svårt att tillgodose efterfrågan och leveranstiderna förlängs. För att hålla igång produktion och försäljning används även dyrare frakialternativ, till exempel flyg- och vägtransporter. Det finns till och med exempel på lastbilstransporter från Kina till Europa. En del företag uppger att de medvetet och i möjligaste mån håller ett större lager än normalt för att därigenom kunna hantera leveranser. Talande är citatet: "Det hinner aldrig bli lager, vi levererar mot orderstock med längre leveranstider än normalt."

## Byggbolagen: "Beslutskraften börjar komma tillbaka"

Byggkonjunkturer har vänt uppåt under våren och de större byggbolagen tror på ett tydligt bättre konjunkturläge om sex månader. Efterfrågan inom anläggningar och infrastruktur har varit stabilt stark under hela pandemin. Däremot har byggen av olika typer av fastigheter generellt sett varit en avvaktande marknad. Kunderna börjar dock kunna ta beslut igen, vilket märks på förfrågningarna från kunder och på orderin-

gången. Tidigare stora byggprojekt i storstadsregionerna kan dock delvis ha mättat efterfrågan på till exempel ny infrastruktur där. Efterfrågan är därför svagare i Stockholm och i västra Sverige, medan den är starkare i södra och norra Sverige.

Efterfrågan på bostadsmarknaden anses vara god även om den inte är lika hög som 2016 och 2017. Byggföretagen börjar nu se en större efterfrågan på bostadsprojekt från framför allt privata aktörer. De stora byggbolagen fortsätter även att investera i egna bostadsutvecklingsprojekt, till exempel hyres- och bostadsrätter, men det är långa ledtider innan det kan bli byggstart. De egna projekten utgör en mindre andel av deras totala bostadsbyggande, men har som andel ökat något under pandemin.

## ”Vi tror inte att kontorsmarknaden är död, det är alltid så med kontor att de utvecklas”

Sedan pandemins utbrott finns tendenser till att efterfrågan på byggande från offentlig sektor, av till exempel skolor och idrottsanläggningar, ökat. För kommersiella fastigheter, som kontor, köpcentrum och hotell, har efterfrågan istället minskat och är fortsatt svag. Den bedöms dock öka när investerarna får mer klart för sig hur de framtida behoven av lokaler ser ut. Även efterfrågan på nya äldreboenden är svag: ”Sedan pandemin vill man inte ha sina äldre på äldreboenden.”

## Handeln: ”Hela hemmabranschen går väldigt starkt”

Konjunkturläget inom handeln är överlag gott och relativt oförändrat jämfört med i februari. Konfektionshandeln, som har påverkats tydligt negativt av pandemin, ser nu att efterfrågan börjar återvända. Dagligvaru-, byggvaru- och elektronikhandeln, har gynnats av de förändringar i vårt beteende och våra preferenser som pandemin och de efterföljande restriktionerna inneburit, i form av mer distansarbete, minskat resande, färre restaurangbesök och ökat fokus på hemmiljön. Hos dessa företag, finns en osäkerhet om vad som kommer hända när samhället öppnas upp allt mer och hushållens beteenden mer eller mindre normaliseras. Det återspeglas bland annat i citatet: ”2021 är otroligt svårbedömt.” Konkurrensen om kunderna bedöms även öka framöver ”för att plånboken går till resor och annat”.

## ”Vaccinationstempot är vår bästa vän”

För besöksnäringen har efterfrågan varit konstant svag sedan restriktionerna stramades åt igen i slutet av fjolåret. Men det finns ändå en optimism inom branschen. En hög vaccinationstakt i kombination med lättade pandemirestriktioner väntas öka efterfrågan inom kort. En representant från besöksnäringen framhåller att ”det förmodligen finns ett uppdämt behov av att konsumera våra tjänster”. Fritidsresandet inom landet väntas öka rätt snart, medan affärs- och utlandsresorna bedöms komma igång först efter sommaren. Ett resebolag konstaterar att de har många fler bokningar av utlandsresor för vintern och nästa sommar än vad de brukar ha så här lång tid innan. Exklusiva resor och exotiska resmål efterfrågas även mer än vad man tidigare sett.

## ”Kunderna vågar satsa mer”

Efterfrågan på bemannings- och konsultföretagens tjänster fortsätter att vara stark från industrin och logistikverksamheten men svag från besöksnäringen och delar av handeln. Under den senaste tiden har dock bemanningsföretagens tjänster börjat efterfrågas mer eftersom kunderna återigen satsar och tar beslut. Bemanningsbranschens påverkas ofta tidigt av förändringar i konjunkturen, vilket också var tydligt i samband med pandemin: ”Vi var tidigt in i lågkonjunkturen, men också tidigt ut ur den.” De som är inriktade mot bemanning med tjänstemän och specialister har generellt varit mindre påverkade av pandemin än de som har yrkesarbetare som huvudsaklig inriktning.

## ”Det är en väldigt gynnsam situation på kreditmarknaden just nu”

Tillgången till extern finansiering, genom banklån och kapitalmarknad, fortsätter att vara god för storföretagen, se diagram 3. Men det är generellt svårare att få tillgång till extern finansiering för de företag som verkar i branscher som har drabbats särskilt hårt av pandemin, till exempel besöksnäringen.

Att efterfrågan utvecklats så starkt har stärkt lönsamheten för framför allt industriföretagen. Citatet ”Det är inte ofta jag får säga det men för tillfället är lönsamheten mycket god” är talande. Den gynnsamma situationen gör att fler minskar sina lån: ”I år drar vi ned på våra nettoskulder så mycket vi bara kan så att vi får den frihet framöver som vi behöver till våra satsningar.”

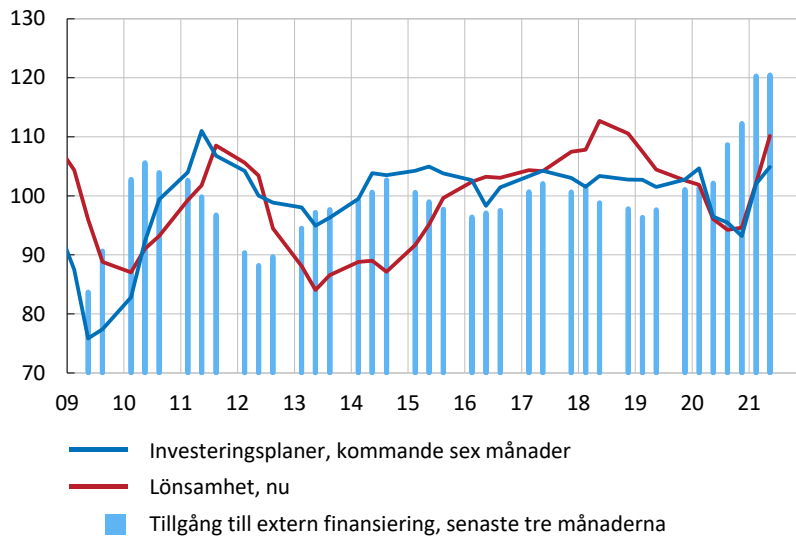
## Från återhållsamhet till ökad investeringsvilja

I samband med pandemiutbrottet avvaktade en del företag med nya investeringar och pausade sina investeringsplaner. Därefter har de varit relativt återhållsamma med nya investeringar. Men sedan i höstas har investeringarna ökat och många ligger nu mer i fas med de långsiktiga investeringsplanerna, och i vissa fall har planerna även ökat något. Genomförda investeringar avser både ökad produktionskapacitet och underhåll av produktionsanläggningar. Flera tror att behovet av extern finansiering kommer att öka på sikt när större investeringar i ny teknik behöver genomföras.



**Diagram 3. Tillgång till extern finansiering, lönsamhet och investeringsplaner**

Indextal



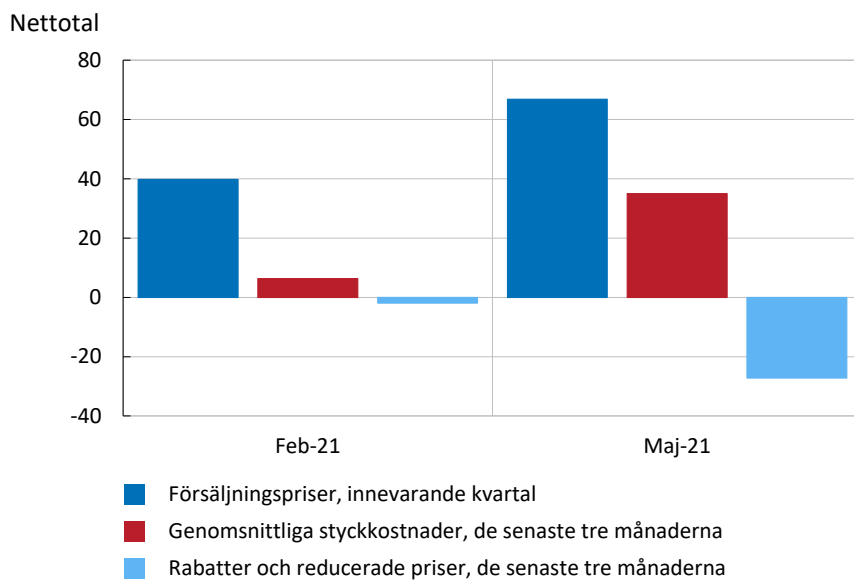
Anm. Serierna är utjämnade med ett glidande medelvärde baserat på tre observationer.

## Gynnsamt läge att höja försäljningspriserna enligt företagen

Under våren har världsmarknadspriserna på metaller och råvaror fortsatt att stiga. "Prisutvecklingen har varit enorm" säger en företagsledare inom gruvindustrin. Flera industriföretag säger att kostnaderna för insatsvaror har ökat på grund av detta. Kostnaderna för råvaror brukar generellt sett vara högre än kostnaderna för transporter. Men rådande störningar i sjöfrakterna och behovet att använda andra dyrare fraktalternativ medför att så inte alltid längre är fallet.

I och med att efterfrågan är hög blir det lättare att föra över kostnaderna, bland annat för materialinköp och frakt, direkt till försäljningspriserna, se diagram 4. Det gynnsamma läget har stärkt förhandlingspositionen gentemot kunderna, framför allt för industriföretagen. Det innebär att de kan både öka marginalerna och förbättra sina villkor i de befintliga kundavtalen. Industrin har därför kunnat höja försäljningspriserna och planerar fortsatta höjningar.

Handeln och de företag som säljer tjänster direkt till hushållen vill också kompensera sig för ökade kostnader för materialinköp och frakt och planerar att höja priserna på längre sikt. Exempelvis konstaterar ett företag inom dagligvaruhandeln: "Vi ser absolut inte några prissänkningar nu." Liksom tidigare är det konkurrensen som avgör om det överhuvudtaget går att höja priserna och i vilken takt.

**Diagram 4. Företagens bedömningar av försäljningspriser, styckkostnader samt förekomst av rabatter och reducerade priser**

## FÖRDJUPNING – Pandemins effekter på företagens verksamhet

---

I maj ställdes frågor om hur pandemin hittills har påverkat företagens verksamheter.<sup>2</sup> Även om fler bedömer att nettoeffekten av pandemin har varit negativ, är det många som ser en positiv effekt på produktiviteten.<sup>3</sup> Det är framför allt de nya arbets-, rese- och mötesrutinerna som ses som något positivt för verksamheten. För handeln har pandemin inneburit att strukturomvandlingen har påskyndats med en rejält utökad e-handel och investeringar i den.

---

### Pandemin har inte gått någon förbi

I stort sett samtliga företag har på något sätt påverkats av pandemin. Det är fler som anser att pandemin har haft en övergripande negativ effekt på verksamheten än som ser en positiv sådan, se diagram 5. Bedömningen beror på hur efterfrågan, kostnader och produktivitet har påverkats men även på hur väl företaget har lyckats anpassa sig till nya förhållanden. Skillnaderna i bedömning varierar stort bland företagen vilket citaten "Det var ett episkt år" och "Det är värdelöst med en pandemi" illustrerar.

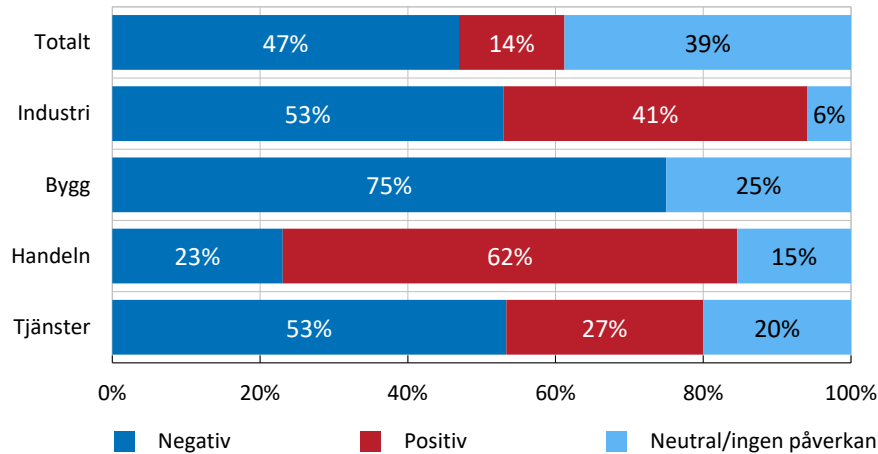
---

<sup>2</sup> Några respondenter påpekade att det är för tidigt att utvärdera och dra alltför långtgående slutsatser kring effekterna av pandemin då vi fortfarande befinner oss i den och inte vet hur den kommer att utvecklas.

<sup>3</sup> Företagens svar avser endast nettoeffekten av pandemin på deras verksamhet. Inga samhällseffekter av pandemin ska vägas in i svaren.

### Diagram 5. Har pandemin haft en övergripande positiv eller negativ effekt på er verksamhet?

Andel av företag, procent



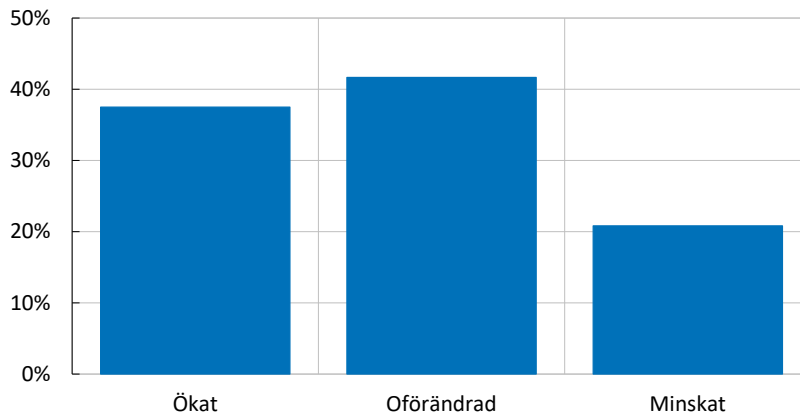
Anm. I den översta raden (Totalt) redovisas den procentuella fördelningen av svaren för samtliga företag. I övriga rader redovisas den procentuella fördelningen av svaren inom respektive sektor. Med neutral effekt menas att nettoeffekten är noll, det vill säga positiva och negativa effekter tar ut varandra.

## Pandemin tycks ha höjt produktiviteten

Produktiviteten bedöms överlag ha ökat eller varit oförändrad under pandemin, se diagram 6. Flera företag har under pandemin ställt om verksamheten, genomfört kostnadsbesparingar och effektiviserat verksamheten snabbare än vad som annars var planerat, och detta har ökat produktiviteten. Ibland behövs ett kristänkande inom organisationen för att det ska gå att genomföra vissa åtgärder konstaterar en företagsledare. Även för särskilt hårt drabbade branscher, som besöksnäringen och delar av handeln, har pandemin inneburit en produktivitetshöjning. Detta har varit möjligt genom att medarbetarna har visat stor kreativitet i problemlösning och genom att företagen kunnat göra radikala förändringar av organisation och arbetssätt. Citatet "Vi har på ett år kunnat göra stora omställningar i företaget som hade tagit väldigt lång tid att göra annars" är talande. Den snabbt ökade digitaliseringen är ytterligare en faktor som bedöms ha ökat produktiviteten under pandemin. En företagsledare inom handeln beskriver det som "Alla ska digitalisera sig samtidigt".

### Diagram 6. Hur bedömer ni att produktiviteten för er verksamhet har utvecklats under pandemin?

Andel av företag, procent



### ”Pandemin har öppnat sinnet för det flexibla arbetssättet”

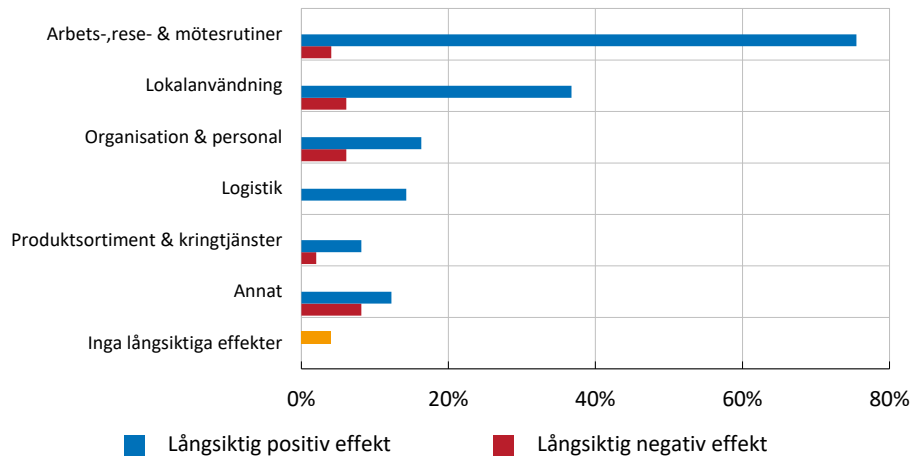
De förändringar i arbetsrutinerna, till exempel ökat distansarbete, minskat resande och nya digitala sätt att mötas, som har följt av pandemin ses av många som en förändring som är positiv för verksamheten på lång sikt, se diagram 7. Det nya sättet att arbeta anses inte bara höja produktiviteten, utan också få arbetstagarna att må bättre och känna sig mindre stressade, vilket i sin tur kan höja produktiviteten ytterligare. ”Rätt hanterat kommer den ökade friheten att ge ökad effektivitet” som en företagsledare uttrycker det. För tjänstemän och andra yrkesgrupper som kan arbeta hemifrån har de förändrade arbetsrutinerna överlag inneburit att arbetsproduktiviteten ökat. Däremot kan den ha minskat för de som inte har den möjligheten bland annat till följd av, restriktioner om avstånd, handhygien och en ökad sjukfrånvaro under pandemin. Möjlighet till flexibilitet i arbetet är också ett viktigt argument i rekryteringsprocessen. Bemanningsbranschen lyfter fram att det kommer att bli lättare för dem att rekrytera personer med olika kompetenser när arbetet inte behöver utföras på en specifik geografisk plats.

### ”Det finns något i det mänskliga mötet, en kreativitet, som är svår att ersätta över tid”

Samtidigt poängterar flera hur viktigt det personliga mötet är, både inom en organisation och utanför den. En företagsledare beskriver svårigheterna med distansmöten: ”Det går bra att underhålla en befintlig relation via distans, men det är mycket svårare att skapa nya relationer och introducera nyanställda.” För de som vill bygga en god företagskultur kommer fysiska möten inom organisationen att vara fortsatt viktiga. Det finns också farhågor om att distansarbetet försämrar innovations- och förnyelseförmågan, eftersom samspelet mellan individer på en arbetsplats bedöms kunna föda kreativitet.

### Diagram 7. Vilka långsiktiga effekter (positiva eller negativa), om några, förväntar ni att pandemin kommer att ha på er verksamhet?

Andel av företag, procent



### Logistikförändringar och ändrad lokalanvändning ses överlag som positiva långsiktiga effekter

Inom industrin har man under pandemin sett hur regionala marknader växer fram, vilket innebär förändrad logistik och minskad konkurrens från omvärlden. Inom handeln har pandemin tvingat fram en bättre fungerande logistik med till exempel bättre e-handelsplattformar, ökad kapacitet i centrala plocklager och fler leveransalternativ.

För många innebär distansarbetet att man inte behöver så stora kontorsytor och att outnyttjade ytor kan användas på andra sätt. Men ingen vet exakt hur behoven kommer att se ut framöver och investerare har därför avvaktat med sina investeringsbeslut. Det innebär färre projekt för byggbolagen och förändringar i sätten att använda lokalerna ses därför som en långsiktigt negativ faktor. Minskad användning av kontorslokaler kan även innebära att efterfrågan på IT-tjänster minskar.

### Personalförsörjningen kan påverkas på lång sikt

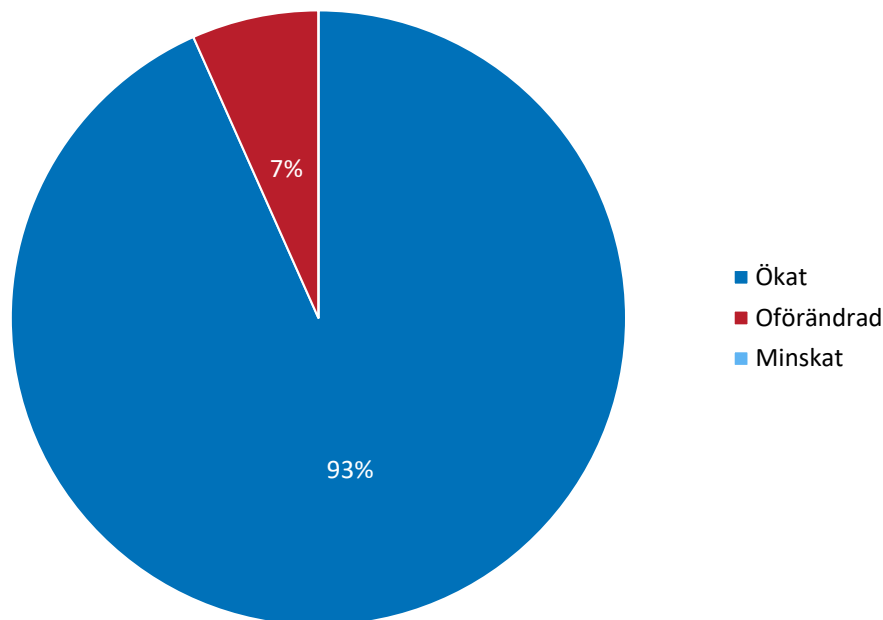
De företag som i stor utsträckning har kunnat behålla den egna personalen under pandemin upplever att det är positivt för kompetensuppbyggnaden och produktivitetens utvecklingen för verksamheten på sikt. De som har tvingats säga upp egen personal ser på motsvarande vis en långsiktigt negativ effekt. Även personalförsörjningen kan ha påverkats långsiktigt av pandemin. Det exemplifieras i de branscher som drabbats särskilt hårt, till exempel besöksnäringen: ”Det kan bli svårare att attrahera kompetent arbetskraft eftersom branschen visat sig vara osäker i denna typ av situationer.”

## ”E-handeln har tagit ett flerårigt kliv på ett år”

Omställningen till en mer digitaliserad verksamhet har pågått under en längre tid inom handeln. För en majoritet av handelsföretagen har försäljningen via e-handeln fått en tydlig skjuts och fortsatt att öka under pandemin, se diagram 8. Samtidigt som pandemin har fått den digitala handeln att öka har butikshandeln minskat, vilket ytterligare har ökat e-handels andel av den totala försäljningen. E-handeln har även spridit sig till nya kundgrupper som tidigare ville ha tryggheten med att handla i en butik. Som andel av total försäljning har e-handeln för flera företag därför dubblerats under pandemin och för vissa betydligt mer än så.

### Diagram 8. Hur har försäljningen via e-handeln utvecklats det senaste året jämfört med perioden före pandemin?

Andel av handelsföretag, procent



Anm. Frågan är enbart ställd till handelsföretagen.

Hur långt ett företag hade kommit med att utveckla sin e-handel före pandemin har nu varit avgörande för produktiviteten. De som redan innan pandemiutbrottet hade en väletablerad e-handel ser i huvudsak den ökade e-handelsförsäljningen som en produktivitetsökning. För de företag som behövt bygga upp en e-handel har det däremot varit kostsamt. Det krävs stora investeringar i bland annat e-handelsplattformar, lager och logistik. Men man måste även lära sig ett nytt sätt att arbeta för att få en effektiv verksamhet. Dessa företag bedömer därför att e-handeln åtminstone inledningsvis under pandemin har bidragit till en svag produktivitetsutveckling för deras verksamhet.

## ”Det digitala och fysiska kommer att flyta ihop”

E-handeln bedöms fortsätta att öka på lång sikt. Den blir också med tiden allt mer komplex med många nya leverans- och upphämtningstjänster som kunderna efterfrågar. Av den anledningen investeras mycket i den digitala miljön, i nya lagerlokaler och i förbättrade logistiklösningar. Inom handeln är man dock osäker på vad som är tillfälliga eller långvariga förändringar i beteende, preferenser och efterfrågan hos kunderna när pandemin väl är över: ”Det blir en gissningslek kring butiksstorlek och investeringar.” Flera tror att den fysiska handeln kommer att fortsätta att omformas framöver och gå mer i en riktning mot ”showrooms” och fysiska lager där varor kan hämtas upp. Butikshandeln bedöms dock av de allra flesta fortsatt finnas kvar i någon form även i framtiden.



## Om Riksbankens företagsundersökning

Riksbankens företagsundersökning 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 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.

Sedan undersökningens start 2007 har över 300 företag deltagit i undersökningen. I undersökningarna som genomfördes under perioden 2007-2019 intervjuades varje år cirka 30 företag i februari, och cirka 45 företag i maj och november. Intervjuerna genomfördes av Riksbankens personal under besök på cirka en timme. Med anledning av pandemin och dess effekter på ekonomin genomför Riksbanken under 2020 och 2021 intervjuer via telefon eller videosamtal med de svenska storföretagen. Under 2020 genomfördes fler undersökningar än tidigare år. 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.

Rapporten för maj 2021 redovisar resultatet av intervjuer, via telefon eller videosamtal, med 53 företag och branschorganisationer som huvudsakligen genomfördes under perioden 27 april-7 maj. Om inget annat anges visar diagrammen i rapporten företagets svar viktade med respektive företags antal anställda i Sverige. Indextalen i diagrammen fångar upp- och nedgångar i svarsmönstren väl. Dessa svar kombineras sedan med företagets reflektioner under intervjuerna.

En närmare beskrivning av undersökningen finns på Riksbankens webbsida: 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**

Tel 08 - 787 00 00

[registratorn@riksbank.se](mailto:registratorn@riksbank.se)

[www.riksbank.se](http://www.riksbank.se)

PRODUKTION SVERIGES RIKSBANK)

ISSN ISSN. (online)