



Riksbankens företagsundersökning

Jakten på röda lappar tilltar

maj 2023

Riksbankens företagsundersökning i maj 2023¹

Konjunkturläget väntas vara fortsatt svagt det närmaste halvåret. Men näringslivet är tydligt tudelat både vad gäller synen på konjunkturen och behovet av att fortsätta höja priserna.

Industrin i allmänhet, och exportindustrin i synnerhet, uppger att efterfrågan är stark, orderingången god och produktionstakten hög. Lönsamheten är god och förstärks dessutom av den svaga kronan. Inom industrin har man det senaste året varit inställd på att konjunkturen ska mattas av och förvånas över att det ännu inte har skett.

För handeln är efterfrågan däremot svagare än normalt. Den höga inflationen har försämrat hushållens ekonomi och försäljningsvolymerna minskar. Det är även tydligt att hushållen i allt större utsträckning söker efter billigare alternativ och/eller väljer bort varor, vilket ytterligare försämrar lönsamheten i sektorn. Kostnadsökningarna utgör fortsatt ett bekymmer för handeln, som får ökade inköpskostnader när kronan är svag.

I byggindustrin har den kraftigt minskade efterfrågan på nya bostäder inneburit en snabb omställning till annat byggande, framför allt samhällsbyggnader och infrastruktur. De större byggföretagen har på så vis lyckats flytta om sina resurser och hittills inte behövt dra ner på personalstyrkan. Små företag i byggbranschen, som ofta är mindre diversifierade, har det dock mer kämpigt.

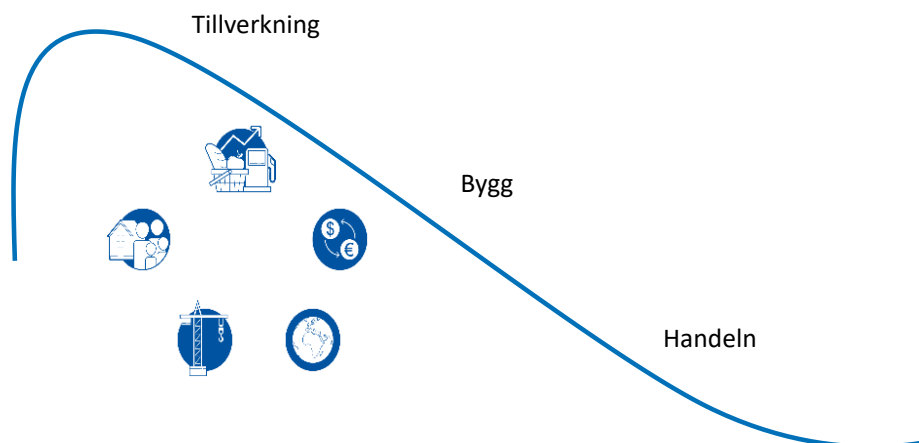
Tudelningen i konjunkturen märks också i företagens prissättningsplaner. Industrin som tidigare höjt sina priser snabbt och kraftigt uppger nu att kostnadstrycket har sjunkit och att de inte planerar att höja försäljningspriserna i samma utsträckning som tidigare. Handeln planerar däremot att fortsätta höja försäljningspriserna för att kompensera sig för de ökade kostnaderna och den vikande lönsamheten.

¹ Riksbanken har under perioden 26 april-10 maj genomfört intervjuer med 43 industri-, bygg-, handels- och tjänsteföretag. Riksbankens företagsundersökning publiceras på Riksbankens webbplats. Samtliga citat i denna rapport är från respondenterna i undersökningen.

”Det är en tudelad bild i ekonomin”

Konjunkturen är fortsatt svag, men har inte försämrats fullt så mycket som företagen förväntade sig i februari. Skillnaderna i hur konjunkturläget för närvarande upplevs mellan företag i olika sektorer kan illustreras som i diagram 1. Det råder en tydlig tudelning i synen på konjunkturen som framför allt har att göra med hushållens försämrade köpkraft och den svaga kronan. Det är fortsatt företagen med nära koppling till hushållen som känner av det dåliga konjunkturläget. Handeln märker exempelvis att hushållens köpkraft har försämrats och därmed också deras efterfrågan. Efterfrågan på bostadsbyggande har också minskat ytterligare sedan i februari, men de större byggföretagen klarar sig relativt väl eftersom de till stor del har kunnat ställa om sin produktion från bostäder till samhällsbyggnader och infrastruktur.

Diagram 1. Gott konjunkturläge för industrin, men sämre för handeln



Anm. Figuren illustrerar hur skillnaderna i konjunkturläget för närvarande upplevs mellan företag i olika sektorer. Bilderna representerar osäkerheten som råder avseende omvärlden, valutatan, bostadsbyggande, inflation och hushållens försämrade köpkraft.

I kontrast till övriga sektorer fortsätter tillverkningsindustrin att möta en stark efterfrågan, framför allt globalt. De har under det senaste året varit inställda på att konjunkturen kommer att mattas av, men fortsätter att förvånas över att det inte har skett ännu. En företagsledare säger: ”Det borde komma en nedgång men det skjuts framför oss hela tiden.” ”Indikationerna finns där men de är inte starka”, säger en annan om en förväntad avmattning. Ett annat tecken på konjunkturavmattning som nämns är att det tar något längre tid att avsluta affärer på grund av osäkerheten om hur utvecklingen av efterfrågan kommer att se ut framöver. Än så länge syns dock ingen minskning i industrins orderböcker.

”Det är en ovanligt stor osäkerhet, vart kommer inflationen och räntorna att ta vägen?”

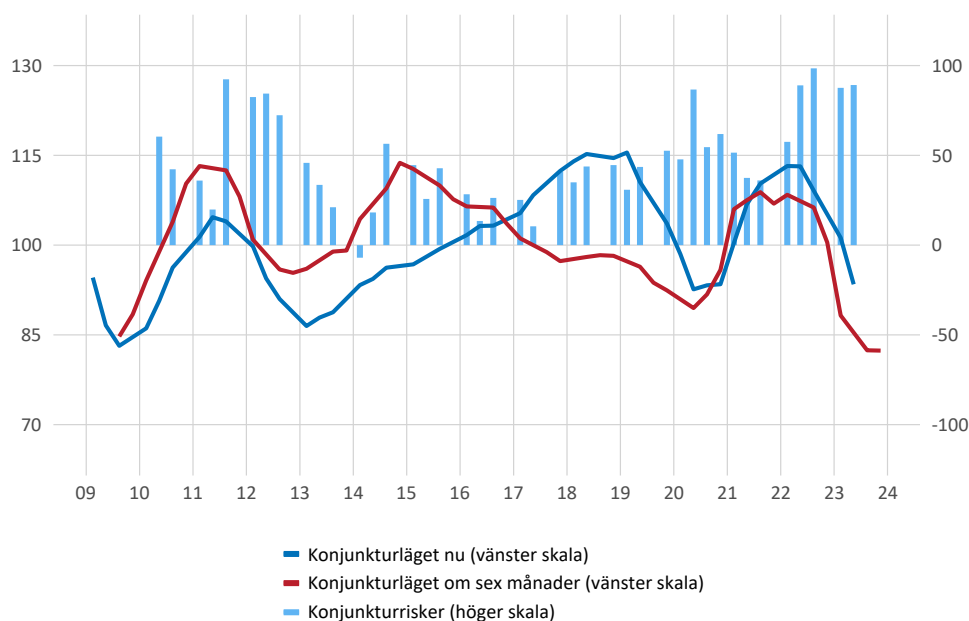
Riskerna för att konjunkturutvecklingen ska försämrats bedöms vara fortsatt stora, se diagram 2. Anledningen är tidigare kända globala risker som kriget i Ukraina och Kinas

relation med Taiwan, men även valutautvecklingen. Det är framför allt svårt att veta hur väl hushållen kan hantera hög inflation och höjda räntor. ”Än så länge har vi inte sett de riktiga effekterna av räntehöjningarna”, säger en företagsledare, vilket speglar oron för att hushållens köpkraft ska försämrats ytterligare.

Det är fortfarande betydligt fler som tror att konjunkturläget kommer att vara sämre om ett halvår än som tror att det kommer att vara bättre. Men förväntningarna verkar ha stabiliserats något – det är i alla fall inte fler än i februari som tror att konjunkturläget ska försämrats, se diagram 2.

Diagram 2. Konjunkturläge och konjunkturrisiker

Indextal (vänster skala) och nettotal (höger skala)



Anm. Indextalen visar ett standardiserat värde (medelvärde = 100 och standardavvikelse = 10) av nettotalen 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 nettotalen för de företag som anger att riskerna för konjunkturutvecklingen just nu är större respektive mindre än normalt. Eftersom fler företagsundersökningar än normalt genomfördes under 2020 finns det observationer för samtliga kvartal.

”Industrin - den stora motorn har tuffat på”

Exportföretagen ser ett relativt oförändrat starkt läge jämfört med i februari. Lönsamheten är god och den förstärks av att kronan är svag. Investeringsplanerna ligger fortsatt på höga nivåer. Transport-, konsult- och bemanningsföretagen som har industri-företag som kunder, bekräftar också bilden och de har själva en god konjunktur-veckling.

Det är särskilt fordons- och den övriga teknikindustrin som har en stark orderingång och en hög produktionstakt. Några nämner dock att orderingången har normaliserats något även om det sker från en hög nivå. Livsmedelsindustrin är tillfreds med konjunkturen. "Alla behöver äta" även under sämre tider, som en företagsledare uttrycker det. Skogs-, trävaru- och massaindustrin upplever däremot ett betydligt sämre efterfrågeläge än i februari i och med att försäljningen av trä, kartong och papper minskar. Det krympande bostadsbyggandet påverkar även efterfrågan på byggmaterial som tillverkas inom vissa delar av industrin.

"För ett år sedan utgjorde bostäder 40 procent av orderingången, nu har den andelen mer än halverats"

Större byggföretag konstaterar att orderingången minskat de senaste månaderna. Framför allt har projektmixen i orderstocken förändrats, eftersom andelen nya bostadsprojekt har minskat snabbt. En försvagad köpkraft hos hushållen och de fallande priserna på andrahandsmarknaden har gjort det svårare att få ihop kalkylerna för nya bostadsrättsprojekt. Det är även svårare att få ihop kalkylerna för hyresrätter där beställaren ofta är större fastighetsföretag.

För större byggföretag vägs detta delvis upp av en god efterfrågan på andra projekt som anläggningar, infrastruktur och samhällsbyggnader. En aktör konstaterade att "för ett år sedan utgjorde samhällsbyggnader några procent av den totala orderingången, nu utgör det hälften". Små företag i byggbranschen, som ofta är mindre diversifierade, har generellt en tuffare finansiell situation och flera har också varslat delar av personalstyrkan, uppger ett större byggföretag.

"Det är konkurrens om projekten"

När efterfrågan på bostadsbyggande sjunker behöver byggföretagen se över bemaningen. En aktör konstaterade: "Vi har för många anställda inom bostäder. Däremot ökar behovet av arbetskraft inom samhällsbyggnad, infrastruktur och anläggningar. I första hand löser vi det genom interna omflyttningar." Detta har lett till att konkurrensen om dessa projekt ökat. Flera av byggföretagen konstaterar att förhandlingarna därför är tuffare nu och att det leder till lägre lönsamhet för dem.

Bostadsbyggandet: En iskall ådra genom näringslivet

Minskad efterfrågan på bostäder får tydliga effekter även i andra sektorer. Skogs- och stålindustrin som levererar byggmateriel konstaterar att bostadsbyggandet är särskilt svagt och att efterfrågan på till exempel trästommar till nya bostäder är i stort sett obefintlig. Även teknikkonsulter noterar en lägre efterfrågan på bostadsrelaterade projekt. Transportbranschen ser oroligt på utvecklingen framöver och en företagsledare uttrycker: "[Bygg] är en stor sektor med mycket transporter så påverkan blir stor." Bland dem som levererar andra insatsvaror, som el-komponenter, till byggprojekt vittnar flera om en svag efterfrågan, och en aktör konstaterar att "det är en bredare nedgång inom försäljningen till nybyggnation nu än i februari".

”Konsumenten är mera prismedveten numera”

Aktörer inom dagligvaruhandel och livsmedelsproduktion upplever att hushållen är betydligt mer prismedvetna nu än i februari. För en dagligvaruaktör yttrar det sig genom att andelen varor som säljs på kampanj har ökat kraftigt. En annan aktör vittnar om att prisjakten lett till att allt fler handlar för ett mindre belopp än tidigare: ”Förut köptes 10 varor för 200 kronor, nu är det 10 varor för 150 kronor.”

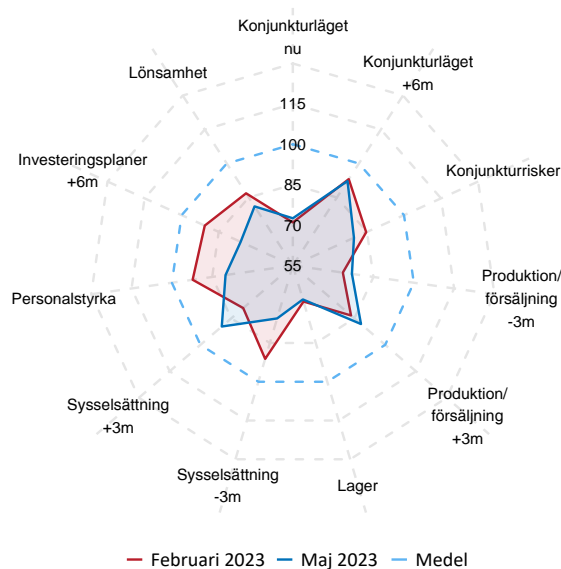
Inom sällanköpshandeln beskrivs försäljnings- och konjunkturläget som dystert, vilket syns genom att allt färre kunder som besöker en butik väljer att köpa något. Inom industrin märks den minskade försäljningen i handeln genom att efterfrågan på förpackningskartong minskat. Byggvaruhandeln upplever en svagare efterfrågan på varor relaterade till vissa renoveringar, däremot är efterfrågan stark på varor som leder till energibesparingar: ”Tak- och fönsterrenoveringar går bättre, det handlar om ett ökat behov av energibesparingar”.

”I handeln tror jag att botten kommer dröja ett tag till”

Försäljningen inom handeln har minskat och en aktör konstaterar att de ”parerar så gott det går” och många har dragit ned på personalen. Det har framför allt skett via naturliga avgångar, men de har även aktivt minskat på personalstyrkan. Många företag inom handeln har också valt att dra ned på sina investeringsplaner, se diagram 3. En företagsledare konstaterar apropå investeringar att ”vi har dragit i handbromsen”.

Diagram 3. Handelns samlade svarsmönster

Indextal



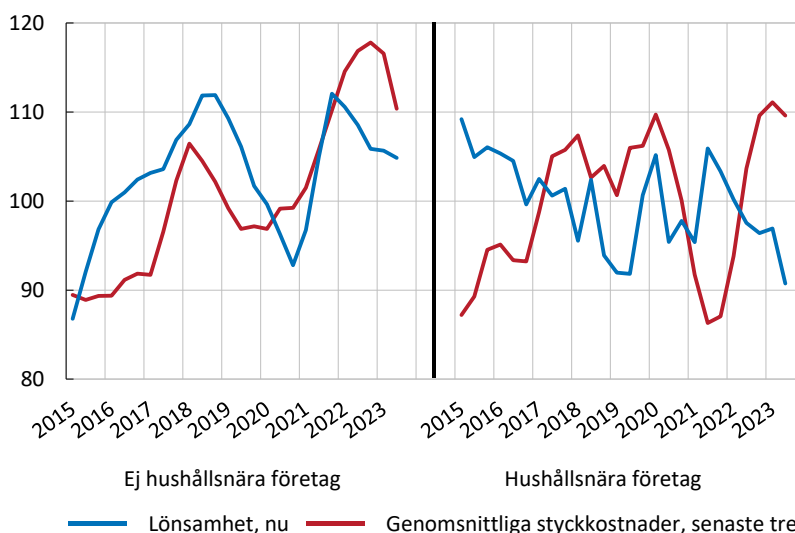
Anm. Svaren på frågorna är utplacerade längs "ekrar" i diagrammet där ett indextal närmare mitten är sämre. De historiska genomsnitten är beräknade från det datum då den aktuella frågan började ställas. Beteckningarna -3m och +3m betyder de senaste respektive de kommande tre månaderna. Beteckningen +6m betyder de kommande sex månaderna. Ökade konjunkturrisiker innebär försämringar och därmed lägre indextal.

Kostnadstrycket lättar

Företagens kostnader stiger men inte lika snabbt som tidigare, se diagram 4. Kostnader för frakt och råvaror, till exempel kol och järn, har sjunkit. Energikostnaderna har inte heller stigit lika mycket som förväntat. Redan slutna avtal gör dock att genomslaget i många fall kommer med viss fördröjning. De större byggföretagen menar att materialkostnaderna har "börjat rätta till sig", medan man inom industrin fortsatt ser att underleverantörerna vill kompensera sig för egna kostnadsökningar i sin prissättning. Handeln och tjänstesektorn fortsätter att se de ökade kostnaderna som ett problem. De lyfter också fram hyreshöjningarna, men framför allt den svaga kronan som påverkar inköpspriserna på varor och tjänster negativt. Arbetskraftskostnaderna ökar överlag till följd av de nya centrala löneavtalen.

Diagram 4. Lönsamhet och genomsnittliga styckkostnader, senaste tre månaderna

Indextal



Anm. Indextalen visar ett standardiserat värde (medelvärde = 100 och standardavvikelse = 10) av nettotalen för de företag som för närvarande bedömer företagets lönsamhet som god respektive dålig samt nettotalen för de företag som bedömer att styckkostnaderna de senaste tre månaderna har ökat eller minskat. Serierna är utjämnade med ett glidande medelvärde baserat på tre observationer. Ej hushållsnära företag avser industri- och byggföretag, samt de företag som huvudsakligen säljer tjänster till företag. Hushållsnära företag avser handeln och de företag som huvudsakligen säljer tjänster till hushåll.

Sämre lönsamhet i takt med vikande försäljning

Bland de hushållsnära företagen har lönsamheten försämrats kraftigt sedan februari, se diagram 4. De nämner att de inte fullt ut har lyckats kompensera sig för de ökade kostnaderna. Dessutom sjunker försäljningen och vissa accepterar numera sämre marginaler för att kunna sälja mer. En respondent konstaterar till exempel att "vi har ett lågprismärke som vi försöker värna och förstärka" och "kostnadsökningarna försöker vi därför så långt det bara är möjligt att hantera med lägre marginaler".

Exportföretagen upplever i stället en god lönsamhet som ligger över ett historiskt genomsnitt. Den svaga kronan ger en "dopingeffekt" som håller deras marginaler uppe samtidigt som den starka efterfrågan gjort det möjligt att i stor utsträckning föra över de ökade kostnaderna till kunderna. Marginalerna har stärkts ytterligare, när genomslaget från tidigare höjningar av försäljningspriserna nu får effekt, samtidigt som vissa kostnader har börjat dämpas. En företagsledare säger: "Inflationen är inte ett problem för oss, vi höjer bara priserna."

"Vi får inget spring i butikerna när vi inte har rea"

Konkurrensen, som före inflationsuppgången höll priserna inom handeln nere, påverkar idag inte de hushållsnära företagens planer på att höja försäljningspriserna i samma utsträckning som tidigare. "Där tror jag att alla är i samma fälla", bedömer en

aktör. Man ser över sina egna behov av att täcka de ökade kostnaderna och följer i mindre utsträckning konkurrenternas prissättning.

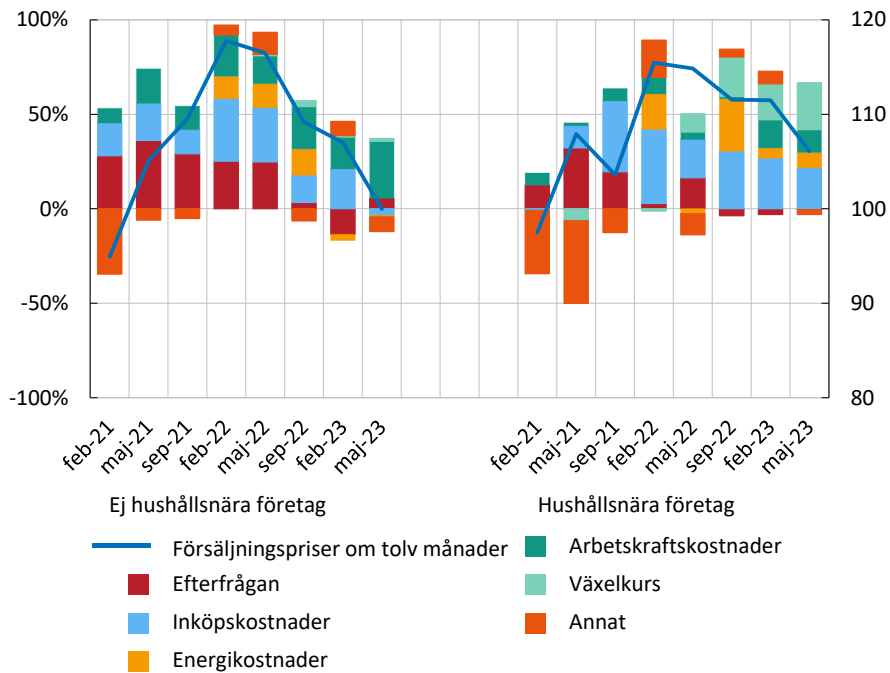
Konkurrensen om kundernas vikande köpkraft nämns däremot som en viktig faktor vad gäller förekomsten av rabatter och reducerade priser. Kampanjtrycket inom handeln är fortsatt högt men har lättat något sedan årets första kvartal. Nu beskriver flera hur de försöker minska förekomsten av rabatterna, men att det är svårt på grund av hård konkurrens och vikande försäljning. Strategierna gällande rabatter kontra ordinarie försäljningspriser ser dock olika ut i olika företag. En företagsledare inom detaljhandeln säger: "Vi ökar utpriserna och försöker hålla i rabatterna." Andra väljer att minska på rabatterna men försöker i stället pressa ned de ordinarie försäljningspriserna. Inom sällanköpshandeln vittnar flera företag om att de börjar sätta in nya åtgärder för att undvika fortsatta prishöjningar. Det nämns exempelvis att man i minskad omfattning köper in varor som gått upp mycket i inköpspris. Målet med de olika strategierna är dock detsamma, det vill säga att locka till sig kunder och öka försäljningsvolymerna.

"Vi kommer att försöka höja priserna om det går"

Synen på prisutvecklingen framöver skiljer sig åt mellan de hushållsnära och de ej hushållsnära företagen. För dem som planerar att höja försäljningspriserna är det framför allt arbetskraftskostnader, inköpskostnader och växelkursen som påverkar, se diagram 5. Färre företag än i februari planerar att höja försäljningspriserna och det är fler, framför allt inom industrin, som planerar att sänka försäljningspriserna det kommande året. Industri- och byggföretagen, vars kostnader inte längre ökar lika fort, har för avsikt att inte höja försäljningspriserna i samma utsträckning som tidigare. Handeln planerar i stället att fortsätta höja försäljningspriserna det kommande året för att kompensera sig för de ökade kostnaderna och därmed undvika att "sälja med underskott".

Diagram 5. Drivkrafter bakom prissättningen kommande tolv månader

Nettoandelar och indextal



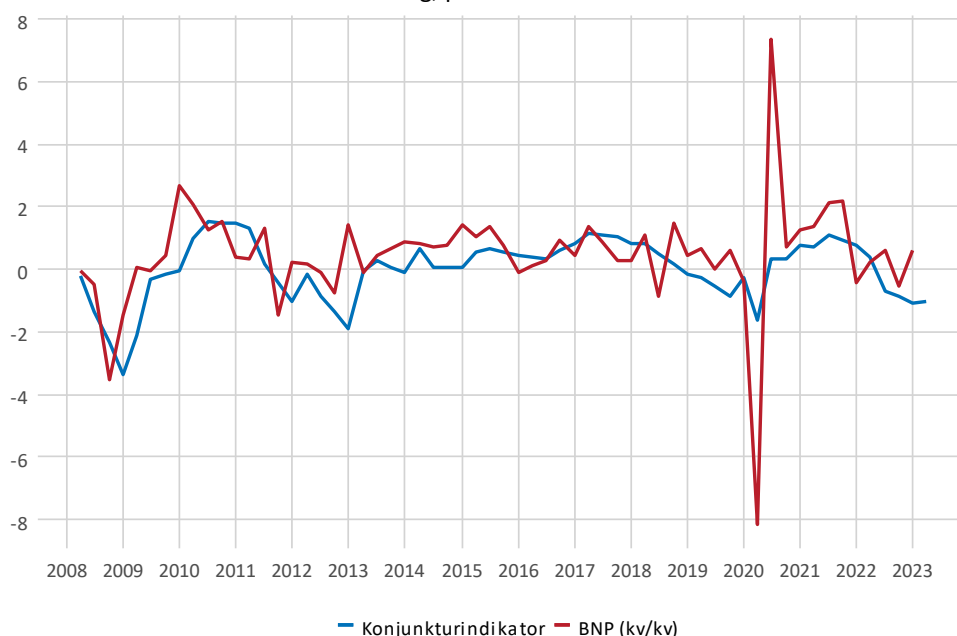
Anm. Staplarna (vänster skala) visar nettot av svar att faktorn kommer att påverka priserna uppåt eller nedåt det kommande året. En stapel över (under) noll innebär att faktorn bidrar till stigande (sjunkande) priser framöver. Indextalen (höger skala) visar ett standardiserat värde (medelvärde = 100 och standardavvikelse = 10) av nettotalen för de företag som svarar på frågan om försäljningspriserna kommer att höjas respektive sänkas under de kommande tolv månaderna. Ej hushållsnära företag avser industri- och byggföretag, samt de företag som huvudsakligen säljer tjänster till företag. Hushållsnära företag avser handeln och de företag som huvudsakligen säljer tjänster till hushåll. Posten "Annat" innehåller bland annat ledig kapacitet, marginalförändringar, produktivitetsutveckling och konkurrens.

FÖRDJUPNING – En tidig indikator på konjunkturutvecklingen

Riksbanken har tagit fram en konjunkturindikator för att ta till vara på informationen från företagsundersökningen och få en samlad bild av det ekonomiska läget i Sverige. Konjunkturindikatorn för andra kvartalet 2023 indikerar att konjunkturläget fortsatt är sämre än genomsnittet, se diagram 6. Jämfört med andra kvartalet föregående år har konjunkturindikatorn minskat tydligt.

Diagram 6. Företagsundersökningens konjunkturindikator och BNP i kvartalsförändring

Standardenheter och kvartalsförändring, procent



Anm. Konjunkturindikatorn har standardiserats till medelvärde noll och standardavvikelse ett. Ett positivt värde indikerar att läget är bättre än det historiska medelvärdet och ett negativt värde indikerar att läget är sämre. BNP-serien är säsongrensad.

Källor: SCB och Riksbanken.

Konjunkturindikatorn är framtagen med hjälp av en principalkomponentanalys. Sådan analys syftar till att identifiera de viktigaste mönstren och sambanden mellan en uppsättning av variabler och den anses vara ett effektivt sätt att sammanfatta information från ett stort datamaterial.² Genom att extrahera gemensamma rörelser från datamaterialet genererar analysen ett antal latent variabler – principalkomponenter - där den första komponenten fångar det mesta av variationen i datamaterialet.³ Företagsundersökningens konjunkturindikator utgörs av den första principalkomponenten och den förklarar ungefär 56 procent av variationen i dataunderlaget.

² Se till exempel Bernanke och Boivin (2003), Stock och Watson (2002 och 2006).

³ För en mer detaljerad beskrivning av principalkomponentanalys, se till exempel Jolliffe (2002).

I arbetet med att ta fram konjunkturindikatorn testades flera olika variabeluppsättningar som sedan utvärderades baserat på hur väl de korrelerar med Sveriges BNP-utveckling och hur väl de kan förutspå BNP-utvecklingen. Den slutgiltiga konjunkturindikatorn består av elva variabler.⁴ Företagens svar på de elva frågorna i företagsundersökningen som ingår som variabler i konjunkturindikatorn har viktats mot företagets storlek (antalet anställda) och därefter har nettotalen standardiserats till medelvärde noll och standardavvikelse ett. Eftersom företagsundersökningen bara genomförs tre gånger per år har serierna interpolerats till kvartalsdata innan standardisering. Konjunkturindikatorn har standardiserats på samma sätt som de enskilda variablerna, vilket innebär att ett positivt värde indikerar att läget är bättre än det historiska medelvärdet och ett negativt värde indikerar att läget är sämre.

Sambandet mellan företagsundersökningens konjunkturindikator och svensk BNP-utveckling är förhållandevis starkt, se diagram 6. En linjär regression visar att indikatorns korrelationskoefficient med kvartalsförändringar i BNP är 0,81. Under de tre kvartal som företagsundersökningen genomförs publiceras resultaten ungefär två månader innan det officiella BNP-utfallet publiceras. Konjunkturindikatorn kan därför i ett tidigt skede ge värdefull information om konjunkturläget i Sverige.

Referenser

Bernanke, Ben S. och Jean Boivin (2003), "Monetary Policy in a Data-Rich Environment", *Journal of Monetary Economics*, Vol. 50, No. 3, sid. 525-546.

Jolliffe, Ian T. (2002), *Principal Component Analysis*, 2nd Ed. New York: Springer.

Stock, James.H. och Mark.W. Watson (2002), "Forecasting Using Principal Components from a Large Number of Predictors", *Journal of American Statistical Association*, Vol. 97, No. 460, sid. 1167-1179.

Stock, James.H. och Mark.W. Watson (2006), "Forecasting with Many predictors", *Handbook of Economic Forecasting* (2006), Vol. 1, sid. 515-554, Elsevier.

⁴ De elva variablerna är: Konjunkturläget nu, Konjunkturläget om sex månader, Investeringsplaner, Lönsamhet, Tillgång till extern finansiering, Antalet anställda de senaste och de närmaste tre månaderna, Produktion/försäljning de senaste och de närmaste tre månaderna, samt Orderingång de senaste och de närmaste tre månaderna.

Om Riksbankens företagsundersökning

Riksbankens företagsundersökning ska spegla hur priserna och konjunkturen utvecklas inom tillverkningsindustrin, byggindustrin, 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 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 ett besök på cirka en timme. Med anledning av pandemin och dess effekter på ekonomin genomförde Riksbanken dock sammanlagt åtta omgångar av telefon- och videosamtal med företag och branschorganisationer under 2020. Numera intervjuas mellan 30 och 50 företag och branschorganisationer vid varje tillfälle. Från och med maj 2022 görs återigen en del av intervjuerna vid besök. Intervjuerna genomförs i regel med personer i företagets ledningsgrupper. Samtalen ger företagen möjlighet att utveckla sina svar och intervjuaren kan ställa fördjupande följdfrågor. Särskilda frågor ställs från tid till annan om aktuella frågeställningar inom penningpolitiken. Svarsfrekvensen för undersökningen är hög och ligger ofta runt 95 procent.

Undersökningens resultat presenteras i en rapport som publiceras på Riksbankens webbplats, vanligtvis tre gånger per år. Rapporten för maj 2023 redovisar resultatet av intervjuer med 43 företag. Undersökningen genomfördes huvudsakligen under perioden 26 april-10 maj. Om inget annat anges visar diagrammen i rapporten företagens svar viktade med respektive företags antal anställda i Sverige. Indextalen i diagrammen speglar upp- och nedgångar i svarsmonstren väl. Dessa svar kombineras sedan med företagets reflektioner under intervjuerna.

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

[Riksbankens företagsundersökning – en snabb konjunkturindikator](#)



SVERIGES RIKSBANK

Tel 08 - 787 00 00

registratorn@riksbank.se

www.riksbank.se

PRODUKTION SVERIGES RIKSBANK