Riksbankens företagsundersökning – en snabb konjunkturindikator

Jyry Hokkanen, Tore Melin och Alexander Nilson

Författarna är verksamma vid Riksbankens avdelning för penningpolitik.

I likhet med flera andra centralbanker genomför Sveriges riksbank en egen företagsundersökning. Syftet med undersökningen är att få ett aktuellt underlag för en bedömning av konjunkturläget och ekonomins utveckling redan innan officiell statistik publicerats. Det svenska näringslivets struktur med få branschdominerande företag gör det möjligt för Riksbanken att täcka utvecklingen inom en stor del av ekonomin genom att främst vända sig till de större företagen. Företagens svar används också för att göra prognoser för utvecklingen av BNP.

Olika typer av ekonomisk statistik ligger till grund för Riksbankens bedömningar av tillståndet i den svenska ekonomin liksom för de prognoser som de penningpolitiska besluten bland annat baseras på. Statistikens fördröjning gör dock att den ibland kan uppfattas som inaktuell vid publiceringstidpunkten. Det gäller till exempel uppgifterna från de kvartalsvisa nationalräkenskaperna som vanligtvis inte finns tillgängliga förrän två månader efter ett kvartals slut. Detta medför att Riksbanken, liksom andra beslutsfattare, behöver kompletterande uppgifter som ger en mer aktuell bild av läget. I Riksbankens prognosmodeller används därför bland annat snabbstatistik som visar ekonomiska tendenser men som oftast inte är lika detaljerad eller fullständig som den sammanvägda officiella statistiken. Konjunkturinstitutets barometerundersökning är ett exempel på sådan snabbstatistik som tidigt ger en bild av stämningsläget i ekonomin.[1] Olika studier har också visat att barometeruppgifter i hög grad överensstämmer med den sammanvägda ekonomiska statistiken och att företagens framtidsbedömningar i barometerundersökningarna därmed utgör ett värdefullt underlag för bedömningar av den ekonomiska utvecklingen.

Sedan 2007 genomför Riksbanken en egen undersökning bland företagen i näringslivet för att komplettera den allmänna ekonomiska statistiken. Syftet med undersökningen är att skaffa tillförlitlig information om konjunkturläget men också att få tillfälle att föra diskussioner med företagen om aktuella ekonomiska frågor som är av intresse för vår analys.

MÅNGA CENTRALBANKER GÖR EGNA UNDERSÖKNINGAR AV EKONOMIN

Många centralbanker hämtar själva in uppgifter om ekonomins tillstånd och utveckling genom egna kontakter med näringslivet. Den kanske mest kända företagsundersökningen, den så kallade Beige Book, genomförs av de regionala kontoren inom USA:s centralbanks-

1 Konjunkturinstitutets företagsbarometer baseras på frågor som ställs till drygt 6 000 företag varje månad.

system Federal Reserve System.[2] Den här typen av uppgiftsinsamling är värdefull därför att självständiga centralbanker ofta kan få god information från sitt lands näringsliv genom att de i regel är fristående från politiska beslut av regeringar och inte heller har något intresse i enskilda företags affärsutveckling. Dessutom är de frågor om pris- och konjunkturutvecklingen som vanligen ställs i centralbankernas undersökningar viktiga för företagens förutsättningar och utsikter. Detta gör att det är intressant också för företagen både att delta i undersökningarna och att ta del av deras resultat.

Hur centralbankernas uppgiftsinsamlingar genomförs varierar. I en del fall görs omfattande insamlingar som kan komplettera annan nationell statistik, antingen för att denna är bristfällig eller för att den helt saknas, i andra fall är undersökningarna mindre formaliserade till sin karaktär. Det senare kan till exempel gälla vid särskilda tillfällen när en centralbank anser att nära kontakter med näringslivet är viktiga för att snabbt inhämta och även förmedla information om det ekonomiska läget.

SÅ GENOMFÖRS RIKSBANKENS FÖRETAGSUNDERSÖKNING

Uppgiftsinsamlingen i Riksbankens företagsundersökningar sker genom djupintervjuer. Det är en av många kvalitativa metoder för uppgiftsinsamling som används inom skilda ämnesområden. Både kvalitativa och kvantitativa undersökningar mäter på ett eller annat sätt egenskaper hos det som undersöks. Kvalitativa undersökningar inriktas ofta på samband mellan olika förhållanden och på att hitta nya aspekter på dem genom att ha ett friare förhållningssätt till de frågeställningar som ska undersökas. Till skillnad från kvantitativa metoder, som används för att samla uppgifter om hur ofta vissa egenskaper förekommer[3], använder man kvalitativa metoder för att samla in uppgifter om särskilda aspekter på olika egenskaper. Det kan exempelvis handla om orsakssamband eller tänkbara reaktioner på vissa yttre omständigheter, men också om att upptäcka olika uppfattningar som man inte visste fanns eller som inte antogs vara relevanta innan uppgiftsinsamlingen kom igång.[4]

Andra kvalitativa metoder utöver djupintervjuer är fokusgrupper, textanalys, deltagande observation med flera. Gemensamt för dessa metoder är att de söker efter förhållanden eller egenskaper som inte på förhand kunnat beskrivas och avgränsas för att sedan mätas kvantitativt. Exempelvis är ställningstaganden om framtiden ofta svåra att fånga kvantitativt när man vill klarlägga de sammanhang som de ingår i. Fokusgrupper är en vanlig metod i marknadsundersökningar när man vill förstå hur konsumenter ser på en kommande produkt eller på ett nytt varumärke i förhållande till andra produkter och varumärken som redan finns.[5] I textanalys söker man efter uttalade men också latenta/underliggande budskap som finns "dolda" i texten. Sådana textanalyser görs bland annat regelmässigt efter

2 Bland andra centralbanker som genomför företagsundersökningar kan nämnas Bank of England, Bank of Canada, Norges Bank, Swiss National Bank och Reserve Bank of Australia.
3 Resultaten av kvantitativa undersökningar, exempelvis mätningar av partisympatier, redovisas sedan som andelar i form av frekvenser och spridningar som kan beräknas med viss precision för hela den population som urvalet har dragits ifrån.
4 Se Starrin m.fl. (1991).
5 Se Seymour (1992).

allmänna val i Sverige. Deltagande observation har ofta använts i studier av boendemiljöer och liknande.

KVALITATIVA RESULTAT I RIKSBANKENS UNDERSÖKNING KAN GÄLLA FÖR ALLA FÖRETAG

Resultat från kvalitativa undersökningar kan till skillnad från resultaten från kvantitativa undersökningar inte överföras från dem som undersökts till att gälla en hel population med beräkningar i form av statistisk inferens. Detta är dock inte detsamma som att resultaten saknar giltighet för hela populationen. Om så var fallet skulle till exempel inte ett fåtal fokusgrupper med något tiotal deltagare vardera kunna användas för att förstå målgrupper som består av tusentals tilltänkta köpare.

Den kvalitativa undersökningens styrka är att den kan hjälpa oss att upptäcka och förstå olika nya aspekter på en situation eller förstå bedömningar som de tillfrågade gör. Detta skiljer den kvalitativa undersökningen från den kvantitativa där frågorna är fastställda från början och begränsade till på förhand givna aspekter. Med kvalitativa metoder kan man få större spännvidd i den information som man inhämtar. En företagsledare kan till exempel resonera på ett stort antal olika sätt kring hur det är lämpligt att agera givet vissa omständigheter. Dessa olika sätt att resonera kan i en kvalitativ undersökning diskuteras på plats med företagsledningen.

I företagsundersökningen frågar Riksbanken bland annat om konjunktur- och prisutvecklingen och försöker då fånga hur företagen ser på och agerar i dessa avseenden. Även om det teoretiskt kan finnas många olika sätt att resonera på, så är mängden sätt i praktiken begränsat. Efter ett antal intervjuer tenderar därför tillförseln av nya aspekter på de undersökta variablerna att avta för varje tillkommande observation. Den uppsättning bedömningar och ståndpunkter som hör ihop med en viss tidpunkt eller situation i ekonomin brukar på det sättet bli ganska stabil redan efter ett förhållandevis litet antal observationer så som är fallet i Riksbanken företagsundersökning.[6]

FÖRETAGSUNDERSÖKNINGENS URVAL ÄR KONCENTRERAT TILL DE STÖRRE FÖRETAGEN

Riksbankens företagsundersökning görs bland företag som kan antas ge mångsidiga bedömningar av främst pris- och konjunkturutvecklingen. Det innebär att branscher där konjunkturvariationerna är tydliga är särskilt intressanta att följa. Företag inom handeln och tillverkningsindustrin är därför överrepresenterade i urvalet i förhållande till sina andelar av näringslivet, medan urvalet är begränsat bland företag inom övriga tjänster.

Då det svenska näringslivet i hög grad är dominerat av ett fåtal aktörer, täcker ett begränsat antal intervjuer en stor del av näringslivet i termer av omsättning och antal anställda. De tio största koncernerna står för cirka 35 procent av antalet anställda inom tillverkningsindustrin, och inom dagligvaruhandeln är koncentrationen än större där de

6 Se Glaser & Strauss (1967). I metodtermer brukar man tala om 'teoretisk mättnad' när ytterligare observationer snarare bekräftar än ändrar den bild som dittills har framkommit.

tre största företagen svarar för cirka 45 procent av antalet anställda. Även flera andra branscher såsom byggsektorn och landtransporter domineras av ett fåtal stora aktörer.

Från och med september 2007 har Riksbanken tre gånger per år intervjuat 25–60 företag som är viktiga för svensk ekonomi. Intervjuerna har genomförts inför de penningpolitiska beslut som åtföljs av en penningpolitisk rapport. Urvalet har delvis varit detsamma varje gång, men eftersom skiftande frågeställningar har varit aktuella har det varit lämpligt att intervjua företag som varit särskilt berörda av olika skeenden i ekonomin vid olika tillfällen. Stommen i urvalet har dock hela tiden utgjorts av de största företagen vilka i detta fall definierats som företagen med flest antal anställda i Sverige inom respektive bransch. Totalt har cirka 300 företag intervjuats under fem år.

Numera intervjuas normalt 45 företag i maj respektive i september samt 25 företag i januari. Antalet anställda som de intervjuade företagen har i Sverige varierar mellan 200 000 och 300 000 per undersökningstillfälle och utgör därmed 6–8 procent av antalet sysselsatta i näringslivet i Sverige.

FRÅGORNA FÅNGAR EKONOMINS RÖRELSERIKTNING

Intervjuerna genomförs med stöd av intervjuguider som innehåller frågor om företagens syn på konjunkturläget, produktionen, sysselsättningen, prisutvecklingen och annat som den aktuella undersökningsomgången söker svar på.[7] För internationellt verksamma företag eftersöks primärt information om de svenska delarna. I guiden är frågeställningarna utskrivna som ”vanliga” frågor, men de behöver inte ställas ordagrant. Det viktiga är att intervjuarna i samtalet får svar på frågorna och att frågeställningarna belyses allsidigt i intervjun eftersom huvudsyftet med undersökningen är att få en fördjupad information om hur företagen uppfattar den aktuella situationen och planerar utifrån denna. Intervjuarna kodar svaren i enlighet med den skala som varje fråga har, vanligen i termer av rörelseriktningar såsom ”bättre”, ”sämre” och ”oförändrat”. Dessa ”kvantitativa” frågor åtföljs av mer kvalitativt inriktade följdfrågor av det enkla slaget ”varför?”. Lika viktig som kodningen av frågorna är därför den analys av intervjuerna som intervjuarna sammanställer i en sammanfattning av varje intervju.

RIKSBANKENS EGEN PERSONAL GENOMFÖR INTERVJUERNA

Det är naturligt att Riksbankens egna anställda genomför undersökningen eftersom de frågeställningar som ska belysas kan förändras snabbt mellan undersökningstillfällena. Dessutom behöver svaren analyseras och jämföras med andra interna bedömningar som görs i Riksbanken. De frågeställningar som undersökningen belyser är också sådana att intervjuaren behöver ha god insikt både i makroekonomi och i hur företag fungerar för att exempelvis kunna ställa relevanta följdfrågor.

7 Intervjuguiden är intervjuarens redskap under intervjun och innehåller de frågeställningar som intervjun ska behandla samt råd och anvisningar till intervjuaren, se vidare ett exempel på intervjuguide i appendix.

När undersökningen startade 2007 saknade Riksbanken dock metodmässig erfarenhet av att göra undersökningar av det här slaget; det fanns ingen kår av intervjuare eller någon liknande grupp som övat upp särskild förmåga att genomföra undersökningar. För att få grepp om den egna förmågan att göra undersökningen genomfördes därför en pilotundersökning som visade att Riksbanken mycket väl kan göra undersökningen med egen personal. Erfarenheterna från pilotundersökningen används i den introduktion som nya intervjuare får inför den första undersökning de ska delta i och vartefter undersökningen löpande ger nya erfarenheter används även dessa vid introduktionen. Under de fem år som undersökningen genomförts har nu mer än 50 ekonomer vid Riksbanken varit med och gjort intervjuer.

RESULTATET RAPPORTERAS SNABBT

Av intervjuguiderna framgår vilka frågor som ska ställas och hur själva intervjun ska genomföras. Intervjun spelas in om inte den intervjuade motsätter sig detta, vilket är mycket ovanligt. Inspelningen är ett viktigt stöd för intervjuaren som inom två dagar ska skriva en sammanfattning av intervjun. Sammanfattningarna läses inom två dagar av den redaktionsgrupp som skriver rapporten från undersökningen, och frågor som då uppstår reds ut mellan gruppen och intervjuaren och i vissa fall också genom en ny kontakt med företaget.

Redaktionsgruppen möts fyra till fem gånger under undersökningsperioden och i deras arbete växer det samlade resultatet av undersökningen fram och sammanfattas i den rapport som sedan publiceras. Varje undersökning inleds med ett möte där nya frågor och särskilt viktiga aspekter i undersökningen diskuteras med intervjuarna, och efter det att intervjuerna är klara samlas intervjuarna till en "debriefing" där man diskuterar erfarenheter från undersökningen.

I denna process vägs de individuella svaren från vart och ett av företagen samman till en samlad bild av hur företagen ser på det ekonomiska läget och hur de agerar utifrån detta.

STORT INTRESSE FÖR ATT DELTA I FÖRETAGSUNDERSÖKNINGEN

Riksbankens företagsundersökning har bidragit med snabb och värdefull information trots att den baseras på ett jämförelsevis litet underlag. Detta kan delvis bero på att det svenska näringslivet, som tidigare nämnts, internationellt sett är ovanligt koncentrerat, med flera branscher som domineras av stora företag.

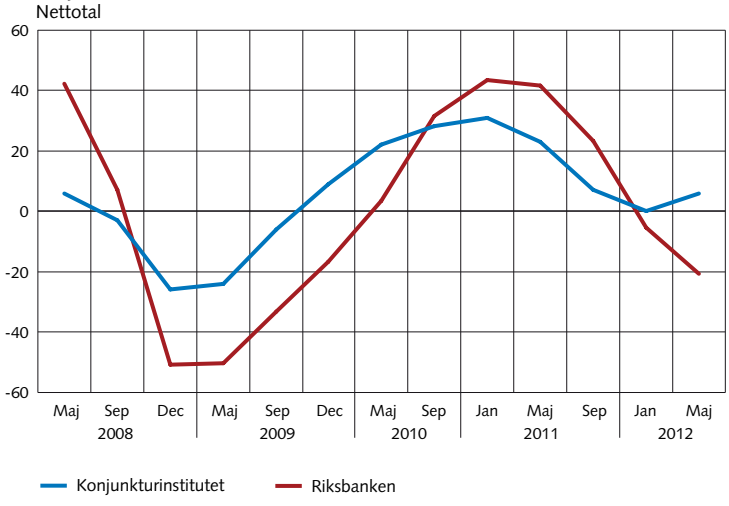
Generellt är de svenska företagen också intresserande av att delta i undersökningen. De är tillmötesgående och öppna med information, och mycket få avböjer att delta. Kvaliteten på den information de lämnar är också genomgående hög och intervjuerna genomförs i regel direkt med personer i företagens ledningsgrupper. Värdet av den information som vi får från intervjuerna är därför högt redan under normala förhållanden, men informationen är särskilt värdefull vid snabba förändringar i ekonomin.

RIKSBANKENS FÖRETAGSUNDERSÖKNING ÄR TILLFÖRLITLIG

Resultaten från Riksbankens företagsundersökning kan jämföras med Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer. Det beror på att det delvis är samma företag som besvarar frågorna. Dessutom kan svarsfördelningen för likartade frågor i dessa två undersökningar beräknas på samma sätt tack vare den kvantitativa kodning som görs vid sidan av den kvalitativa analysen.[8] En jämförelse med Konjunkturbarometern kan därför ge en indikation på hur tillförlitliga resultaten i Riksbankens företagsundersökning är.[9]

I diagram 1 visas hur företagen uppfattar konjunkturläget både enligt Riksbankens företagsundersökning och enligt Konjunkturbarometerns konfidensindikator. De två serierna stämmer väl överens och når sin respektive lägsta punkt i december 2008 och sin högsta punkt i januari 2011. En skillnad är att Riksbankens tidsserie varierar mer än motsvarande tidsserie från Konjunkturbarometern. En möjlig orsak till detta är att Riksbankens företagsundersökning vänder sig till tydligt konjunkturkänsliga företag och är baserad på färre företag, vilket gör att varje enskilt svar kan slå igenom på resultatet.

Diagram 1. Konjunkturläget enligt Riksbankens företagsundersökning jämfört med Konjunkturinstitutets konfidensindikator
Nettotal



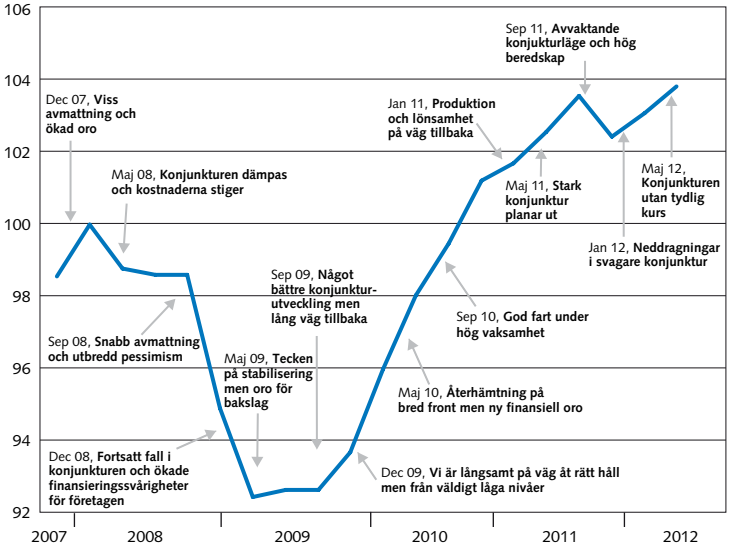
Riksbankens analys av företagens svar och bedömning av konjunkturläget sammanfattas efter varje undersökning i en publicerad rapport. Rubriken på varje rapport kondenserar de viktigaste resultaten. Ett annat sätt att bedöma tillförlitligheten hos den information som kommer från Riksbankens företagsundersökning är därför att jämföra rubrikerna från rapporterna med utvecklingen av Sveriges BNP. Diagram 2 visar BNP-utvecklingen och

8 Eftersom storleken på de medverkande företagen varierar betydligt i varje undersökning viktas företagens svar med deras antal anställda i Sverige.

9 Frågorna är inte identiska i de två undersökningarna. Konjunkturbarometerns konfidensindikator baseras på svar från tre olika frågor men i båda fallen avser undersökningar att mäta "läget" eller "tillståndet" i näringslivet. Konjunkturinstitutet tolkar konfidensindikatorn som ett "mått på situationen" och Riksbankens företagsundersökning sina svar som ett "mått på konjunkturläget" vilket därmed bör göra svaren jämförbara.

rapportrubriceringarna vid varje publiceringstillfälle. Jämförelsen mellan den bedömning som fångats i rapporternas rubriker och BNP-utvecklingen visar att undersökningen har bidragit med information som tidigt och väl fångat den kommande utvecklingen i ekonomin.

Diagram 2. Rapportrubriker från Riksbankens företagsundersökning och utvecklingen av Sveriges BNP
BNP-nivå, säsongsrensade uppgifter, index 2007 kvartal 4=100



Särskilt intressant är att analysen i företagsundersökningen tidigt fångade konjunkturfallet hösten 2008, och därefter också vändningen 2009. Undersökningarna i september och december 2008 rubricerades "Snabb avmattning och utbredd pessimism" respektive "Fortsatt fall i konjunkturen och ökade finansieringssvårigheter för företagen". Detta förmedlades i början av oktober 2008 respektive i mitten av januari 2009, medan det dröjde till slutet av februari 2009 innan det kraftiga fallet i BNP under fjärde kvartalet 2008 fullt ut bekräftades av officiell statistik.

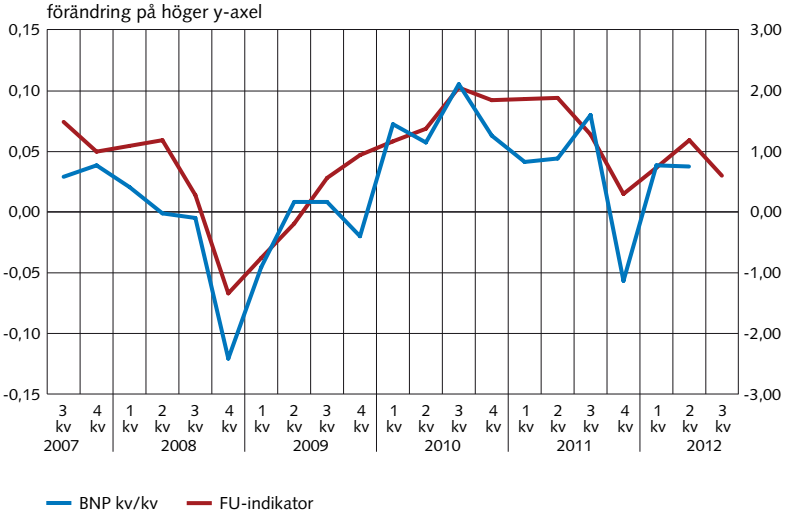
Samtidigt kan man notera att rapportrubrikerna även inkluderar skeenden i ekonomin som inte självklart fångas av BNP-utvecklingen. Under den studerade perioden var till exempel finansiell oro och tillgång till finansiering mycket viktiga faktorer som påverkade företagens verksamhet och som präglade företagens svar. Lönsamhet, priser och tillgången på arbetskraft är andra företagsfaktorer som kanske inte direkt fångas av BNP:s utveckling.

EN KONJUNKTURINDIKATOR FÖRUTSPÅR BNP-UTFALLET

De frågor i företagsundersökningen som kodas kvantitativt används dels som stöd i den kvalitativa analysen, dels för att beräkna en kvantitativ konjunkturindikator. Flertalet frågor i undersökningen hänger på ett eller annat sätt samman med konjunkturutvecklingen. Genom att väga samman de åtta frågor som ställts i undersökningen sedan den började göras, tar vi fram en konjunkturindikator som speglar den förväntade konjunktur-

utvecklingen bättre än vad en enskild fråga gör. De frågor som används för att ta fram indikatorn avser produktionsvolym och sysselsättning (föregående tre månader respektive nästkommande tre månader), investeringsplaner på ett halvårs sikt, aktuell lönsamhet, produktivitetsutveckling fram till undersökningstillfället samt förväntad prisutveckling det närmaste året. Deras vikt i indikatorn baseras på respektive frågas förmåga att förutsäga BNP:s förändring från kvartal till kvartal. Indikatorns samvariation med kvartalsförändringen i BNP framgår av diagram 3.

Diagram 3. Konjunkturindikator baserad på Riksbankens företagsundersökning (FU-indikator) i jämförelse med kvartalsförändringar i Sveriges BNP
Konjunkturindikatorns indextal på vänster y-axel och BNP:s procentuella kvartalsförändring på höger y-axel



Anm. R2 = 0,84.

Samvariationen mellan indikatorn och BNP-utvecklingen är stark, vilket uttrycks av korrelationskoefficienten som uppgår till 0,84, och illustreras i diagrammet av att kurvorna följer varandra väl. Det som inte framgår av diagrammet är tidsskillnaden mellan beräkningen av indikatorn och publiceringen av BNP-utfallet. Under de kvartal då undersökningen görs beräknas indikatorn upp till två månader innan utfallet publiceras. Detta innebär att man utifrån Riksbankens företagsundersökning kan teckna en tidig bild av konjunkturutvecklingen.

KONJUNKTURINDIKATORN ANVÄNDS FÖR ATT BERÄKNA KVARTALSPROGNOSER FÖR BNP

Ett tredje sätt att bedöma tillförlitligheten hos företagsundersökningen är att jämföra de prognoser för BNP som tas fram med hjälp av konjunkturindikatorn med de resultat som Riksbankens prognosmodeller ger. Prognoser för BNP:s förändring från kvartal till kvartal utifrån indikatorn har gjorts sedan tredje kvartalet 2008.

Prognosmodeller kan värderas genom att man rangordnar de prognosfel som modellerna haft i form av medelabsolutfel (MAF) och roten ur det kvadrerade medelabsolutfelet

(RMSE). En jämförelse av kvartalsprognoserna från företagsundersökningen med en sammanvägd medelprognos från de olika prognosmodellerna visar att undersökningens prognoser står sig väl. Både MAF och RMSE är i företagsundersökningens prognoser mindre än motsvarande fel i medelprognosen och de är även mindre än de enskilda modellernas fel från och med tredje kvartalet 2008 till och med andra kvartalet 2012. Vidare är skillnaden mellan MAF och RMSE liten i företagsundersökningens prognoser, vilket innebär att dessa innehåller få stora prognosfel. Tillförlitligheten hos prognoser baserade på konjunkturindikatorn är alltså förhållandevis hög.

FÖRETAGSUNDERSÖKNINGEN ÄR ETT VIKTIGT INSLAG I RIKSBANKENS POLICYARBETE

Företagsundersökningen är numera en etablerad del av den penningpolitiska analysen på Riksbanken. Dess resultat har en hög tillförlitlighet och rapporteras regelbundet i medierna. Resultaten uppmärksammas också av analytiker som följer Riksbankens arbete.

Ett viktigt resultat av arbetet med företagsundersökningen är att Riksbanken fått en fördjupad förståelse för företagens sätt att agera i olika konjunkturfaser. Information om komplexiteten på olika marknader och ändrade företagsstrategier har också bidragit till att öka vår analysförmåga. Det kan till exempel handla om att förstå hur växelkurssäkring sker, eller hur finansieringen av verksamheten förändrats till följd av den finansiella krisen. Erfarenheterna understryker att det är viktigt att ha direkta kontakter med näringslivet för att bättre förstå förändringar i ekonomins sätt att fungera och i aktörernas beteende. Undersökningens flexibilitet gör att den också kan ge underlag för Riksbankens övriga uppdrag vid sidan av penningpolitiken. Ett exempel är de fördjupade frågor om företagens finansieringssituation som ställdes under den finansiella krisen och som syftade till att ge oss bättre förståelse för de finansiella marknadernas sätt att fungera i en krissituation.

Riksbankens företagsundersökning utvecklas löpande och lärdomarna efter fem års arbete med undersökningen är flera: en väl fungerande intern organisation för undersökningen har skapats där intervju- och analysförmågan blir allt bättre. Antalet företag som intervjuats växer och tillkommande företag bidrar till en allt större informationsbank. Tyngdpunkten i de återkommande frågorna i intervjuerna skiftar med den aktuella ekonomiska situationen, och särskilda frågor ställs när det är påkallat. Ett omfattande och detaljerat material från undersökningen har samlats in under årens lopp och det finns många olika typer av analyser som kan göras utöver den avrapportering som sker idag. De intervjuade företagen kan också ses som ett nätverk som kan användas för ömsesidigt informationsutbyte mellan Riksbanken och näringslivet i mer eller mindre formella former.

Referenser

Glaser, Barney G. & Strauss, Anselm L., (1967), The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research, Aldine Publishing Company.

Seymour, Daniel T., (1992), Marknadsundersökningar med kvalitativa metoder, Studentlitteratur.

Starrin, Bengt, Larsson, Gerry, Dahlgren, Lars och Styrborn, Sven (1991), Från upptäckt till presentation, Om kvalitativ metod och teorigenerering på empirisk grund, *Teori Forskning Praktik*, Studentlitteratur.

Wärneryd, Bo (1986), Att fråga, Om frågekonstruktion vid intervjuundersökningar och postenkäter, Statistiska centralbyrån (SCB).

Yin, Robert K. (1989), Case study research, Design and Methods, *Applied Social Research Methods Series* Volume 5, Sage Publications.

Ödman, Per-Johan, (1979), Tolkning förståelse vetande, *Hermeneutik i teori och praktik*, AWE/GEBERS.

Appendix

INTERVJUGUIDERNA – ETT EXEMPEL

Intervjuguiderna innehåller de frågeställningar som intervjuerna ska ge svar på. Svaren följer av det samtal som en djupintervju är, vilket innebär att svar ofta kommer fram utan att frågorna ställs direkt. Centrala delar av frågeställningarna är dock formulerade som direkta frågor i guiderna så att de enkelt kan ställas på det angivna sättet om svaren i det löpande samtalet inte blivit tydliga. Svaren på dessa kärnfrågor kodas av intervjuaren längs en vanligen tregradig skala av typen ökat – oförändrat – minskat.

I guiderna finns också anvisningar till intervjuarna. Det kan vara lämpliga uppföljande frågor, vilka aspekter som intervjuaren bör vara särskilt uppmärksam på med mera.

Guiderna skiljer sig lite åt beroende på vilken av de fyra sektorerna industri, bygg, handel och övriga tjänster som Riksbankens företagsundersökning vänder sig till. De generella frågeställningarna om konjunktur, produktion/försäljning, försäljningspriser och så vidare är desamma för alla, medan till exempel lagerfrågan inte ställs till tjänsteföretag.

Den intervjuguide som presenteras i detta appendix användes för industrin vid intervjuerna i maj 2012. Anvisningarna till intervjuarna har av utrymmesskäl tagits bort här.

1 a) Hur bedömer du att konjunkturläget är för närvarande för ert företag?[10]

Bra… Tillfredsställande… Dåligt…

b) Hur bedömer du att konjunkturläget kommer att vara om sex månader för ert företag?

Bättre… Oförändrat… Sämre…

c) Vilka risker är förknippade med konjunkturutvecklingen för företaget?

d) Hur stora är riskerna från konjunkturutvecklingen nu?

Större än normalt Normala Mindre än normalt

2 a) Hur har produktionsvolymen utvecklats de senaste tre månaderna jämfört med föregående tre månader (säsongsrensat)**?**

Ökat… Oförändrat… Minskat…

b) Hur bedöms produktionsvolymen komma att utvecklas de närmaste tre månaderna jämfört med föregående tre månader (säsongsrensat)**?**

Öka… Oförändrad… Minska…

c) Vilken är din bedömning av företagets färdigvarulager för närvarande?

För stora Lagom För små

10 Frågorna om konjunkturläget ingår i företagsundersökningen från och med intervjuomgången i maj 2008.

3 **a) Hur har orderingången utvecklats de senaste tre månaderna jämfört med föregående tre månader** (säsongsrensat)**?**

Ökat… Oförändrad… Minskat…

b) Hur bedöms orderingången komma att utvecklas de närmaste tre månaderna jämfört med föregående tre månader (säsongsrensat)**?**

Öka… Oförändrad… Minska…

4 **a) Hur har sysselsättningen utvecklats de senaste tre månaderna jämfört med föregående tre månader** (säsongsrensat)**?**

Ökat… Oförändrad… Minskat…

b) Hur bedöms sysselsättningen att utvecklas de närmaste tre månaderna jämfört med föregående tre månader (säsongsrensat)**?**

Öka… Oförändrad… Minska…

c) Hur förhåller sig Er personalstyrka till efterfrågan/produktion?

För liten Lagom För stor

5) **Hur ser företaget för närvarande på möjligheterna att hantera en** (oväntad/väntad) **ökning av efterfrågan?**

Inga svårigheter… Vissa problem… Stora svårigheter…

6 **a) Hur mycket bedömer ni lönekostnaderna** (per timme och inkl. arbetsgivaravgifter) **kommer att öka nästa 12 månader?** [11]

Öka mer än tidigare… Lika mycket som tidigare… Öka mindre…

b) Vad är er bedömning om löneglidningen (dvs. löneökningar utöver avtal) **för nästa kalenderår?**

Ökar… Oförändrad… Minskar…

7) **Hur ser företagets investeringsplaner ut för de kommande sex månaderna** (jämfört med föregående halvår)**?**

Ökade… Oförändrade… Minskade…

8) **Hur har företagets tillgång till extern finansiering förändrats det senaste kvartalet?**[12]

Förbättrats… Oförändrat… Försämrats…

9) **Hur är omdömet om lönsamheten för närvarande?**

God… Tillfredsställande… Dålig…

11 Frågorna om lönekostnadernas och löneglidningens utveckling ingår från och med intervjuomgången i maj 2008.

12 Frågan om tillgång på extern finansiering ingår från och med intervjuomgången i september 2008.

10 a) Hur avser ni att förändra försäljningspriserna?

Innevarande kvartal (rel. föreg. kv);	Sänka	Hålla oförändrade	Höja
Kommande kvartal (rel. innev. kv);	Sänka	Hålla oförändrade	Höja
Kommande 12 mån (rel. idag);	Sänka	Hålla oförändrade	Höja

b) Vilka av följande faktorer driver prisutvecklingen uppåt respektive nedåt kommande 12 månader? (Efterfrågan, ledig kapacitet[13], materialkostnader, arbetskraftskostnader, produktivitetsutvecklingen, marginalförändringar[14] eller annat.)

11) Hur har produktiviteten (i nivå) **utvecklats i ert företag under det senaste halvåret jämfört med halvåret innan?**

Fallit… Oförändrad… Stigit…

12) Hur snabbt får en växelkursförändring genomslag på era försäljningspriser?[15]

0–3 mån… 3–6 mån… 6–12 mån eller längre…

13 Ledig kapacitet är inte relevant för alla företag.
14 Handelsmarginal eller motsvarande.
15 Frågan om växelkursförändringars genomslag infördes i intervjuomgången i december 2008.