

Ekonomiska kommentarer

Nya enkätdata belyser företagens prissättning

Erik Frohm, Mårten Löf och Markus Tibblin

Författarna arbetar på avdelningen för penningpolitik¹

Inflationen i Sverige har stigit gradvis från 2014 till 2017. Uppgången beror delvis på stigande energipriser och en svagare växelkurs, men också på successivt högre ökningstakt i tjänstepriserna.² En viktig förklaring är att resursutnyttjandet stigit vilket bedöms påverka tjänstepriserna särskilt mycket.

Bedömningar av inflationens drivkrafter är osäkra och resultaten kan skilja sig åt beroende på vilka data, vilka modeller eller statistiska metoder som används i analysen. För att bättre förstå vad som ligger bakom företagens prissättning gav Riksbanken år 2015 i uppdrag åt Konjunkturinstitutet (KI) att införa nya återkommande frågor i Konjunkturbarometern. Syftet med de nya frågorna är att systematiskt samla in information om företagens syn på pris- och kostnadsutvecklingen samt de för tillfället viktigaste faktorerna bakom prissättningen. De nya frågorna riktar sig till handels- och tjänstebranscherna och bör därför spegla hur konsumentpriserna sätts inom de sektorerna. Frågorna har nu varit en del av Konjunkturbarometern i nästan tre år. De har utvärderats löpande och bedöms fungera väl.

Denna kommentar presenterar den nya informationen från Konjunkturbarometern och visar vad som främst har påverkat företagens prissättning sedan 2015.

Viktigt att förstå vilka faktorer som driver inflationsutvecklingen

För den som utformar penningpolitiken är det viktigt att förstå vad som påverkar inflationen och hur dessa drivkrafter förändras över tiden. Det finns nämligen tillfälliga faktorer, som inte nödvändigtvis är kopplade till det inhemska efterfrågeläget, som kan påverka inflationen. Exempelvis kan företagen behöva justera priserna när skatter eller råvarupriser ändras. Om förändringen bedöms vara tillfällig och därmed inte påverkar inflationsutvecklingen på lite sikt får den oftast mindre vikt när beslut om penningpolitiken ska fattas.³ Om priserna däremot ökar till följd av starkare efterfrågan och påverkar inflationsbedömningen på sikt så är fallet därmed det omvända. Detsamma gäller om strukturella förändringar i ekonomin, som ökad e-handel och konkurrens, antas påverka företagens prissättning och inflation under en längre tid.⁴

Det är svårt att bedöma inflationens drivkrafter och resultaten av bedömningarna kan variera beroende på vilka modeller eller statistiska tekniker som används. För att bättre förstå vad som ligger bakom företagens prissättning har Riksbanken infört nya återkommande frågor i Konjunkturinstitutets Konjunkturbarometer. Syftet med de nya frågorna är att systematiskt samla in information på företagsnivå om priser och om hur dessa bestäms. Denna kommentar presenterar de nya datauppgifterna och diskuterar vilka faktorer som har varit viktigast för företagens prissättning sedan 2015. Enkätsvaren pekar på att utländskt och inhemskt kostnadstryck har bidragit till prisökningar inom handeln. Högre efterfrågan och högre inhemska kostnader har bidragit till prisökningar i tjänstebranscherna. Samtidigt har konkurrensen ändå hållit tillbaka pristrycket i dessa branscher. Dessa resultat bekräftar i stort resultaten från Riksbankens makroekonomiska modeller. Även om tidsserierna med de nya frågorna än så länge är relativt korta kommer de med tiden att möjliggöra nya analyser av inflationsutvecklingen. De fungerar därför som ett komplement till andra typer av analyser.

¹ Författarna vill tacka Mikael Apel, Meredith Beechey-Österholm, Mattias Erlandsson, Jesper Hansson, Maria Sjödin och Marianne Sterner för värdefulla synpunkter på tidigare utkast. De åsikter som framförs i denna kommentar är författarnas egna och ska inte uppfattas som uttryck för Riksbankens syn i dessa frågor.

² Sedan slutet av 2017 har dock tillväxttakten i tjänstepriserna sjunkit något.

³ Samtidigt kan råvarupriser öka till följd av ett starkare globalt efterfrågeläge. Om så är fallet bör Riksbanken ta hänsyn till dessa prisrörelser.

⁴ Se "Digitaliseringen och inflationen" i Penningpolitisk rapport februari 2015.

Med hjälp av teoretiska modeller eller analyser av olika statistiska samband kan man få en bild av drivkrafterna bakom inflationsutvecklingen. Som komplement kan man använda enkät- och intervjuundersökningar och det gör Riksbanken tre gånger per år med sin företagsundersökning.⁵

Förstå företagens prissättning med hjälp av enkäter

Under perioden 2013-2014⁶ sjönk inflationen snabbt och Riksbankens prognoser var mindre träffsäkra. Riksbanken gav därför i uppdrag till KI att genomföra en särskild enkätundersökning hos företag som sätter konsumentpriser.⁷ Syftet var att samla in information om vilka faktorer som påverkat deras prissättning. Engångsenkäter av den typen kan utgöra ett viktigt komplement till andra typer av analyser. Men, eftersom olika faktorer kan vara olika viktiga vid olika tidpunkter är det motiverat att också följa företagen över tid.

Riksbankens företagsundersökning genomförs löpande, men lämpar sig bäst för att belysa underliggande mekanismer i ekonomin. Frågorna är inte primärt anpassade för tidsserieanalys.⁸ Andra återkommande enkätundersökningar, som KI:s Konjunkturbarometer, lämpar sig bättre för det. Den undersökningen inkluderar ett brett urval av konsumentnära företag. Riksbanken beslutade därför under 2015 att ge KI i uppdrag att införa nya återkommande prisfrågor i Konjunkturbarometern.

Diagram 1 visar hur företagens försäljningspriser enligt Konjunkturbarometern samvarierar med konsumentpriserna för varor och tjänster i Konsumentprisindex (KPI). Informationen som visas här kommer från handels- och tjänsteföretag. Försäljningspriserna mäts kvartalsvis och är uttryckta i så kallade netttotal. Nettotalen beräknas som skillnaden mellan andelen företag som svarar "ökat" respektive "minskat" på frågan hur priserna har justerats. Samvariationen mellan netttotalen för handelsföretagen och varupriserna i KPI är god, medan den är något sämre mellan netttotalen för tjänsteföretagen och tjänstepriserna i KPI. Det senare kan förklaras av att tjänstepriserna i Konjunkturbarometern fångar upp priser till både företag och konsument. I KPI mäts enbart priser till konsument.

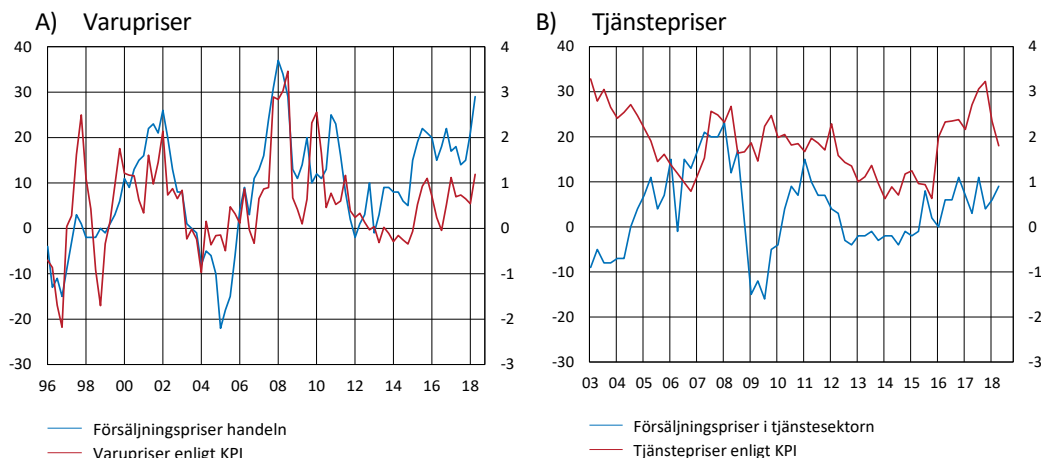
Netttotalen från Konjunkturbarometern används ofta av Riksbanken och andra prognosmakare som indikatorer på inflationsutvecklingen, speciellt på kort sikt. Liksom aggregerad statistik ger de dock inte någon information om vilka faktorer som ligger bakom företagens prissättningsbeslut.

⁵ <https://www.riksbank.se/sv/press-och-publicerat/publikationer/om-penningpolitik/foretagsundersokning/>

⁶ Se Löf (2015), "Den senaste tidens inflationsutfall och prognoser", Ekonomiska kommentarer, Nr 4, Sveriges riksbank.

⁷ Se Apel med flera (2014) "Resultat från en enkät om företagens prissättning", Ekonomiska kommentarer, Nr 4, Sveriges riksbank.

⁸ Detta till trots har Riksbankens företagsundersökning visat sig ge en god bild av konjunkturutvecklingen i Sverige, se Hokkanen med flera (2012) "Riksbankens företagsundersökning – en snabb konjunkturindikator" Penning- och valutapolitik 2012:3.

Diagram 1. Varu- och tjänstepriser enligt KPI och Konjunkturbarometern (kvartalsdata)

Anm. KPI är i årlig procentuell förändring, på höger axel. Försäljningspriserna är netttotal, på vänster axel.

De nya frågorna i Konjunkturbarometern

De nya frågorna som Riksbanken har arbetat fram tillsammans med KI riktar sig till företag i handels- och tjänstebranscherna. Tanken är att de främst ska fånga prissättningen mot konsumenter och därmed spegla utvecklingen av varu- och tjänstepriser i KPI. Två frågor har lagts till i månadsbarometern, se Tabell 1. Handelsföretagen får frågan om försäljningsprisernas utveckling de senaste tre månaderna vilket gör att vi snabbt kan fånga upp eventuella förändringar.⁹ Tjänsteföretagen får en fråga om kostnadernas utveckling på månadsbasis.

Syftet med båda frågorna är att ge mer aktuell information som kan förbättra prognoserna på kort sikt och därmed också inflationsanalysen. Diagram 2 visar tidsserierna med utvecklingen i varu- och tjänstepriserna enligt KPI. Tidsserierna är ännu för korta för att det ska gå att göra en systematisk utvärdering av deras prognosegenskaper redan nu.¹⁰

Tabell 1: Nya frågor i Konjunkturbarometern

Månadsfrågor:
<i>Handeln: Försäljningspriserna har de senaste tre månaderna:</i>
<i>Ökat Oförändrade Minskat</i>
<i>Tjänster: De totala kostnaderna för verksamheten har de senaste tre månaderna:</i>
<i>Ökat Oförändrade Minskat</i>
Kvartalsfråga till både handels- och tjänsteföretagen:
<i>Vilken var den viktigaste orsaken till att försäljningspriserna ändrades senast?</i>
Förändrade priser hos konkurrenterna
Förändrad efterfrågan
Förändrade inhemska kostnader
Förändrade världsmarknadspriser eller växelkurs
Annan faktor (ange här):

Förutom de två månadsfrågorna har en kvartalsfråga inkluderats. Förhoppningsvis ska den fånga de viktigaste faktorerna bakom företagets prissättning. Frågan ställs till både

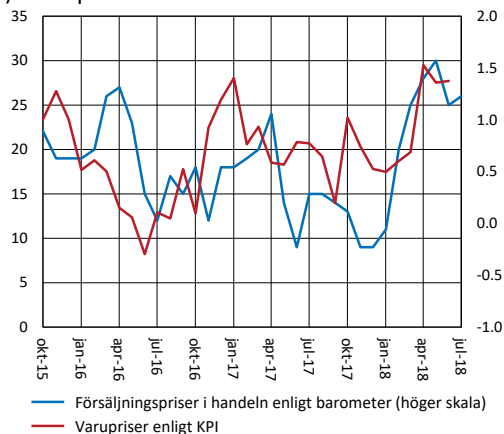
⁹ Den frågan finns dock redan på kvartalsfrekvens.

¹⁰ Exempelvis har tjänstepriserna i KPI sjunkit sedan slutet av 2017 medan netttotalen har varit relativt stabila och även ökat under de senaste månaderna.

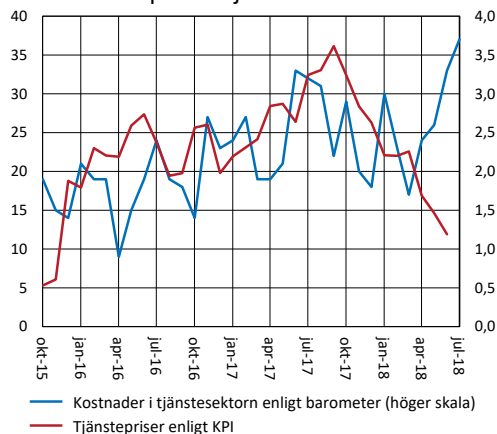
handels- och tjänsteföretagen som endast kan välja ett av svarsalternativen (se alternativen under rubriken Kvartalsfråga i Tabell 1). Självklart kan flera faktorer spela roll vid företagets prisbeslut, men syftet här är att få en bild av vilken eller vilka faktorer som är *viktigast* vid en given tidpunkt.

Diagram 2. De nya frågorna samvarierar med varu- och tjänstepriserna i KPI

A) Varupriser



B) Kostnader och priser i tjänstesektorn



Anm. Respektive KPI är uttryckt i årlig procentuell förändring, på höger axel. På vänster axel är nettotalet för de två månadsfrågorna.

Frågorna testades på företag som ingår i Riksbankens företagsundersökning och ett mindre urval av företag som svarar på Konjunkturbarometern. Testfrågorna hjälpte till att säkerställa att alternativen var relevanta och enkla att förstå.

De företag som fått de nya frågorna är samma handels- och tjänsteföretag som normalt ingår i Konjunkturbarometern, sammanlagt ungefär 4600 företag (runt 1500 i handeln och 3000 inom tjänstebranscherna). Svaren samlas in via en webenkät. Insamlingsperioden är tre veckor och resultaten publiceras i slutet av varje månad. Den viktade svarsfrekvensen på de nya frågorna är omkring 60 procent och skiljer sig inte väsentligt från svaren på övriga frågor i enkäten.¹¹

Drivkrafterna bakom företagets prissättning

De nya kvartalsfrågorna har nu varit med i Konjunkturbarometern sedan tredje kvartalet 2015. Det finns därför information om hur företagen ser på de viktigaste faktorerna bakom prissättningen under nästan tre år. Det ger oss möjlighet att undersöka om företagen under perioden 2015-2018 främst justerar sina priser till följd av ett ändrat inhemskt eller importerat kostnadstryck eller en ändrad efterfrågan. Vi kan också undersöka vilken roll konkurrenternas prissättning spelar eller om det finns andra faktorer som tidvis har varit viktiga för företagets prisjusteringar.

- I ett första steg delar vi upp svaren om försäljningspriserna i två grupper. En grupp för företag som svarar "ökat" och en annan för de som svarat "minskat". De företag som uppger att de haft oförändrade priser tas inte med i beräkningen, eftersom de ju inte har ändrat priserna.
- I ett andra steg räknar vi ut andelarna inom respektive svarsgrupp (ökat eller minskat) som svarar på varje enskild faktor (konkurrens, efterfrågan, inhemska eller importerade kostnader eller annat). På så sätt vet vi vilka faktorer som är viktigast när företagen har höjt respektive sänkt sina försäljningspriser.

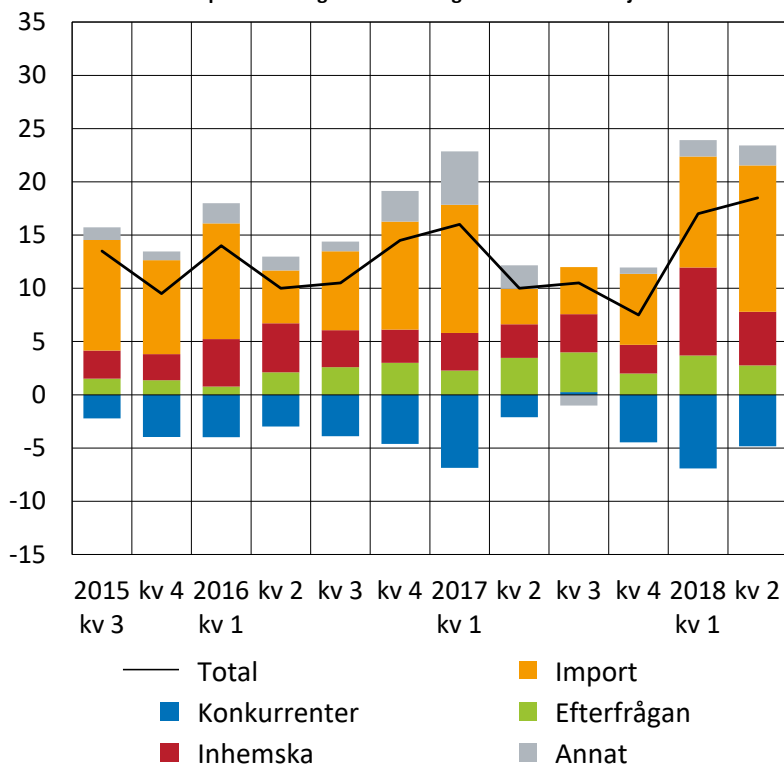
¹¹ <http://www.koni.se/metodbok>

- I ett sista steg beräknar vi nettotalet och bidraget till nettotalen från varje faktor.¹² Tillsammans motsvarar de fem nettotalen för faktorerna det totala nettotalet på frågan om försäljningspriser. Uppdelningen gör det därför möjligt att undersöka vilka faktorer som varit viktigast för företagets prissättning och om dessa bidragit till stigande eller sjunkande priser över tid.

Ökat kostnadstryck viktigaste faktorn för prisuppgången

Diagram 3 visar hur de olika faktorerna har påverkat handels- och tjänsteföretagens priser sedan det tredje kvartalet 2015. Det är tydligt att försäljningspriserna har ökat och att detta främst har skett till följd av ett ökat kostnadstryck, både från utländska och inhemska källor. En ökad efterfrågan har också blivit allt viktigare för företagets prisökningar, i takt med att resursutnyttjandet har stigit. Konkurrenternas prissättning har haft varierande betydelse under perioden, men mestadels setts som en faktor som hållit tillbaka möjligheten att höja försäljningspriserna.

Diagram 3. Drivkraften bakom prisförändringar bland företag inom handeln och tjänstesektorn sedan 2015.



Anm. Diagrammet visar hur olika faktorer har påverkat det oviktade nettotalet för frågan om vad som hänt med priserna de senaste tre månaderna inom både handels- och tjänstebanserna.

Det är vanligt att förklara drivkrafterna bakom inflationsutvecklingen med hjälp av ekonomiska modeller. Resultaten från Riksbankens allmänna jämviktsmodell RAMSES tyder på att prispåslagen var relativt låga under perioden 2014-2017, vilket enligt modellen bidragit till att inflationen blivit lägre än förväntat. Modellernas tolkningar kan jämföras med den information vi får från Konjunkturbarometern. Att förändrade priser hos konkurrenter hållit tillbaka priserna sedan 2015 bekräftas av enkätsvar. Samtidigt har utländska kostnader (vilket avser både växelkurs och importpriser) bidragit till prisökningar. De resultaten är i linje

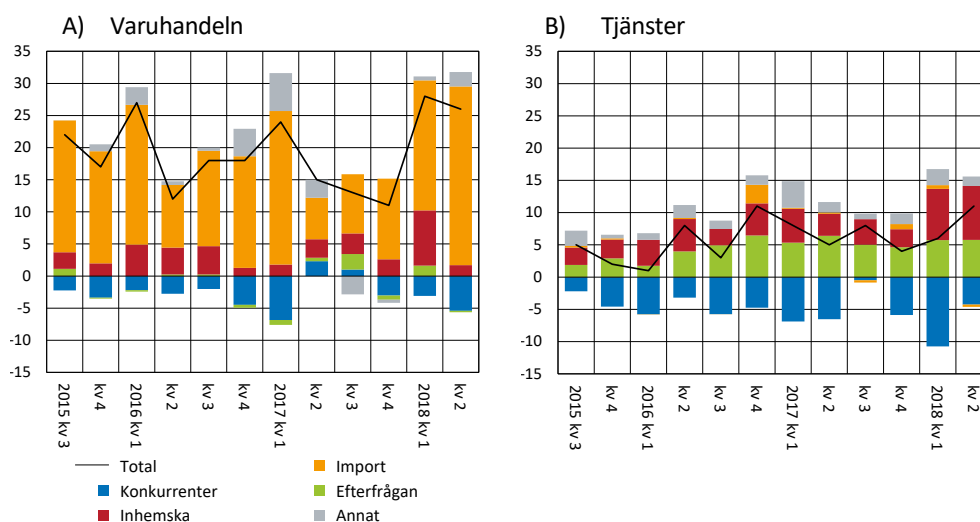
¹² Nettotalen och de tidsserier som KI tillhandahåller på sin hemsida är viktade beroende på företagets storlek. Därför kan tidsserierna här skilja sig något från KIs publicerade data.

med de faktorer som pekas ut av RAMSES (växelkursen) och den vektorautoregressiva (VAR) modell (utländsk utveckling) som Riksbanken använder.¹³

De öppna svaren under svarsalternativet "Annat" i diagram 3 visar att det även finns andra faktorer som kan påverka prissättningen. Exempelvis nämndes den högre kemikalieskatten som infördes från och med juli 2017 som en viktig orsak till att man höjde priserna under 2017. Andra faktorer som uppges vara viktiga när företagen ändrar priserna är översyn av prismodeller, strategiska beslut, skatter eller arbetsgivaravgifter samt förändringar i kvalitets- och produktmixen för de varor och tjänster man säljer.

Det går också att dela upp svaren på branschnivå. Diagram 4 visar hur drivkrafterna bakom prissättningen skiljer sig mellan företag i varuhandeln (A) och de i tjänstebranscherna (B). Inom handelsbranscherna spelar ökande utländska kostnader en dominerande roll, med mindre bidrag från inhemska kostnader. Inom tjänstebranscherna är det ökad efterfrågan och inhemska kostnader som driver prisuppgången.

Diagram 4. Kostnader viktigare inom handeln än för tjänstebranscherna



Svaren bekräftar resultaten i Riksbankens modeller

De nya frågorna i Konjunkturbarometern bidrar till inflationsanalysen på Riksbanken. Möjligheten att jämföra olika informationskällor som teoretiska modeller, statistiska samband och enkätdata ger tillsammans med annan tillgänglig statistik ett brett och fördjupat beslutsunderlag. Enkätdata har fördelen att de reflekterar företagets egen syn på prisutvecklingen och inte är beroende av olika antaganden eller ekonometriska tekniker. Ytterligare en fördel med enkätsvaren är att de uppdateras varje kvartal och möjliggör en mer detaljerad analys (av exempelvis skillnader mellan handels- och tjänsteföretag). De kan därför fungera som en återkommande informationskälla som ökar förståelsen av inflationsutvecklingen.

Resultaten från de nya frågorna i Konjunkturbarometern bekräftar i stort resultaten från Riksbankens makroekonomiska modeller. Med tiden kommer svaren på de nya frågorna att kunna användas i modeller för prognoser på kort sikt och möjliggöra andra analyser av inflationsutvecklingen.

¹³ Se Sveriges riksbank (2018) "Utvärdering av Riksbankens prognoser" Riksbanksstudier, mars 2018.

Referenser

Apel, Mikael, Erik Frohm, Jyry Hokkanen, Christina Nyman och Stefan Palmqvist (2014), "Resultat från en enkät om företagens prissättning", Ekonomiska kommentarer, Nr 4, Sveriges riksbank.

Sveriges riksbank (2014), "Varför är inflationen låg?", fördjupning i Penningpolitisk rapport, juli 2014, Sveriges riksbank.

Sveriges riksbank (2015), "Digitaliseringen och inflationen" i Penningpolitisk rapport februari 2015, Sveriges riksbank.

Sveriges riksbank (2016), "Sambandet mellan resursutnyttjande och inflation" Penningpolitisk rapport oktober 2016, Sveriges riksbank.

Sveriges riksbank (2018), "Utvärdering av Riksbankens prognoser" Riksbanksstudier, mars 2018, Sveriges riksbank.

Hokkanen, Jyry, Tore Melin och Alexander Nilson (2012), "Riksbankens företagsundersökning - en snabb konjunkturindikator" Penning- och valutapolitik 2012:3, Sveriges riksbank

Löf, Mårten (2015), "Den senaste tidens inflationsutfall och prognoser", Ekonomiska kommentarer, Nr 4, Sveriges riksbank.