

## FÖRDJUPNING

### Prissättning i en djup lågkonjunktur

I modellberäkningarna med oförändrad arbetskostnad i avsnitt 3.5 antas att företagen fortsätter att sätta sina priser enligt samma riktlinjer som vanligt även när detta innebär prissänkningar snarare än prishöjningar. Är det ett rimligt antagande eller är det troligt att det finns ett motstånd mot nominella prissänkningar på samma sätt som det finns ett motstånd mot nominella lönesänkningar? Forskningen kring prissättningsbeteende tyder på att prissänkningar och prishöjningar är relativt symmetriska. Det är därför rimligt att anta att företagen fortsätter att följa de vanliga tumreglerna och därmed sänker priserna i ett läge med oförändrade arbetskostnader.

#### PRISSÄNKNINGAR ÄR VANLIGA I EUROOMRÅDET

Stora mängder detaljerad information kring hur, när och varför företagen ändrar priser har samlats in i euroländerna. I en studie som utnyttjar dessa data konstateras att prissänkningar är nästan lika vanliga som prishöjningar.<sup>95</sup> Av de observerade prissänkningarna är 45 procent sänkningar och 55 procent höjningar.

Den genomsnittliga prishöjningen är 8 procent och den genomsnittliga prissänkningen är 10 procent, vilket är stora förändringar av enskilda priser i förhållande till en aggregerad inflationstakt på 2 procent per år. Det finns således många och stora prishöjningar och prissänkningar på olika produkter bakom den aggregerade inflationstakten. I genomsnitt ligger ett visst pris kvar i ett halvår, vilket överensstämmer med observationer på svenska data.<sup>96</sup>

Vissa asymmetrier mellan prisökningar och prissänkningar dokumenteras trots allt. Företagen är mindre benägna att höja priset när efterfrågan ökar än när kostnaderna ökar eftersom deras kunder är mera benägna att acceptera att priset höjs på grund av stigande kostnader. Däremot tycks det inte finnas något motstånd mot att sänka priset när efterfrågan faller. Asymmetrierna mellan prishöjningar och prissänkningar är dock små.

Skillnaderna mellan länderna i fråga om företagens prissättningsbeteende är små. Det kan således vara rimligt att generalisera dessa resultat till svenska förhållanden även om de svenska exportföretagens situation är lite annorlunda givet den flytande kronan.

<sup>95</sup> Se Altissimo, F., M. Ehrmann och F. Smets, "Inflation persistence and price-setting behavior in the euro area", ECB Occasional Paper Series, nr. 46, 2006.

<sup>96</sup> Se Apel, M., R. Friberg och K. Hallsten, "Microfoundations of macroeconomic price adjustment; Survey evidence from Swedish firms", *Journal of Money, Credit and Banking*, nr. 2, 2005.

### **IMPLICITA KONTRAKT LIGGER BAKOM TRÖGRÖRLIGA PRISER I SVERIGE**

Stora empiriska studier av svenska mikrodata över prisförändringar i olika sektorer saknas i dagsläget. Det finns en enkätundersökning från 2005 om orsakerna till att svenska företag tenderar att undvika att ändra priserna.<sup>97</sup> Den viktigaste förklaringen är implicita eller explicita överenskommelser mellan köpare och säljare. Företagen vill hålla stabila priser eftersom det uppskattas av kunderna. Detta ger dock snarare ett tak än ett golv för prisförändringarna eftersom kunderna ogillar prishöjningar men uppskattar prissänkningar.

Den näst viktigaste förklaringen till de trögrörliga priserna är att kostnaderna ändras så pass sällan att det inte är motiverat att justera priserna oftare än vad som redan görs. På tredje plats kommer asymmetrier i företagets efterfrågekurva på grund av att konkurrerande företag svarar mera på prissänkningar än på prishöjningar.<sup>98</sup> Detta gör att marknadsandelen påverkas mera av höjda priser än av sänkta priser. Även denna förklaring innebär att företagen undviker att höja priserna, men den skapar inte något motstånd mot prissänkningar.

Fysiska eller administrativa kostnader för själva prisförändringarna, som till exempel att trycka nya prislistor, kommer långt ner på listan av förklaringar till priströgheten både i denna och andra liknande studier. I vissa branscher kan de dock vara betydelsefulla. Sådana kostnader för att ändra priset skapar inte heller asymmetrier mellan prishöjningar och prissänkningar. Företagens egna beskrivningar av varför de ändrar priserna så sällan tycks således inte indikera att det finns ett större motstånd mot prissänkningar än mot prishöjningar.

### **FÖRETAGEN HAR STORT BEHOV AV FÖRBÄTTRADE VINSTER**

Vinstläget i näringslivet är pressat, i synnerhet under 2009–2010.<sup>99</sup> Vikten av att hålla uppe priser och vinster kan vara ovanligt stor eftersom företag riskerar att gå i konkurs och kreditgivningen fortfarande är stram på grund av finanskrisen. Företagen kan därför prioritera högre vinst under lågkonjunkturen på bekostnad av framtida vinster.<sup>100</sup> Under perioder då företagen har svårt att få lån värderar de även likvida medel från de egna vins-

<sup>97</sup> Se Apel, M., R. Friberg och K. Hallsten i not 96.

<sup>98</sup> Denna mekanism kallas ofta "kinked demand curve".

<sup>99</sup> Detta diskuteras i avsnitt 2.3.

<sup>100</sup> Att sätta ett lägre pris under lågkonjunkturen skulle ge ökade marknadsandelar och högre framtida vinster, se Chevalier, J. och D. Scharfstein, "Capital market imperfections and countercyclical markups: Theory and evidence", *American Economic Review*, 86, 1996.

terna högre än när tillgången på likviditet är god. Detta kan resultera i att företagen undviker att sänka priserna.<sup>101</sup>

Flera undersökningar tyder på att företag verkligen sätter högre priser när de har svårare att få kredit. En studie av prissättningen i amerikanska livsmedelsbutiker finner att de företag som har svårt att få lån tenderar att sänka priserna mindre under lågkonjunkturer än de företag som har bättre tillgång till krediter.<sup>102</sup> I en undersökning av Gottfries konstateras att svenska exportföretag sätter högre priser när kreditgivningen är stramare.<sup>103</sup> Vidare nämns faktorer relaterade till tillgången på krediter på femte och sjätte plats i den undersökning av orsakerna till priströghet bland svenska företag som diskuteras ovan<sup>104</sup>.

Kreditgivningen förväntas gradvis normaliseras 2010–2012 och vinstläget förbättras, se avsnitt 2.3. Därför bedöms inte heller denna mekanism innehålla övertygande argument för att företagen generellt undviker prissänkningar i scenariot med låg ökning av arbetskostnaden i kapitel 3. Detta utesluter inte att enskilda företag kan ha problem med för låga vinster och otillräcklig likviditet.

En generell slutsats från de ovan nämnda studierna är att prissänkningar är nästan lika vanliga som prishöjningar. Merparten av teorierna bakom trögtrörliga priser innebär att företag undviker att höja priserna snarare än att sänka dem. En faktor som talar för att företagen inte skulle sänka priserna under en djup lågkonjunktur är att de har stort behov av att hålla vinsterna uppe. Konkursrisken är då större och kredittillgången är stramare än normalt. Konjunkturinstitutet bedömer dock inte att detta är tillräckligt betydelsefullt för att motivera att det simulerade scenariot med oförändrade arbetskostnader i kapitel 3.5 ska bygga på att företagen undviker att sänka sina priser.

---

<sup>101</sup> Detta avser modeller med både trögtrörliga kunder och begränsad tillgång till krediter, se Gottfries, N., "Customer markets, credit market imperfections and real price rigidity", *Economica*, 2, 1991.

<sup>102</sup> Se Chevalier, J. och D. Scharfstein, "Capital market imperfections and countercyclical markups: Theory and evidence", *American Economic Review*, 86, 1996.

<sup>103</sup> Se fotnot 101 ovan.

<sup>104</sup> Se Apel, M., R. Friberg och K. Hallsten, "Microfoundations of Macroeconomic price adjustment; survey evidence from Swedish firms", *Journal of Money, Credit and Banking*, 2, 2005.