

## ANALYS – Sambandet mellan producent- och konsumentpriser

Konsumentpriserna på livsmedel och varor har stigit snabbt de senaste åren. Även priserna i producentled har stigit och sambandet mellan dessa och konsumentpriserna tycks ha varit starkare än det har varit historiskt. En orsak till det kan vara företagets kraftigt ökade kostnader. Vid mer normala kostnadsförändringar kan företagen välja att jämna ut dessa och istället justera konsumentpriserna mer gradvis. När kostnadsökningarna bli för stora minskar den möjligheten och de förs då över snabbare till konsumentpriserna.

Priserna på livsmedel och andra varor har stigit snabbt de senaste åren i såväl konsument- som producentled och är nu på en nivå som är mycket högre än för några år sedan. De ökade priserna beror bland annat på att det varit obalanser i utbud och efterfrågan under och efter pandemin, att energi- och råvarupriser steg snabbt efter Rysslands invasion av Ukraina och att kronan varit svag.

Många av de faktorer som drev upp priserna har minskat i betydelse, och priserna i producentled har på många håll slutat stiga. Det finns även tendenser till att de börjar vika nedåt igen. I den här analysen diskuteras sambandet mellan priser i producentled och konsumentpriser på varor och livsmedel, hur dessa sett ut de senaste åren och om det kan säga något om vart konsumentpriserna är på väg framöver.

### Vad är producentpriser?

Konsumentprisindex (KPI) mäter priserna i konsumentledet, det vill säga på de varor och tjänster som hushållen konsumerar. Men priser mäts även i tidigare led, det så kallade producentledet, där producenternas försäljningspriser mäts. För importerade produkter mäts priset importören betalar när produkterna kommer in i Sverige.<sup>23</sup>

Till skillnad från KPI, där tjänster har stor vikt, så mäts i producentledet nästan uteslutande priser på varor. Även priset på insatsvaror och kapitalvaror inkluderas. Det innebär att täckningen och viktfordelningen mellan prisindex i producent- och konsumentled skiljer sig åt en hel del vilket gör det svårt att analysera sambandet mellan dem.

En uppsats från Riksbanken visar att sambandet tycks vara ganska starkt om man matchar likartade produkter i producent- och konsumentled med hjälp av mikrodata.<sup>24</sup> Genom att göra så försvinner en stor del av sammansättningsproblematiken som finns i aggregerad data. En viktig slutsats från studien är också att prisökningar i

<sup>23</sup> Importerade produkter som är prissatta i utländsk valuta konverteras till SEK i statistiken. Detta gör att det finns en väldigt stark samvariation mellan importpriser och valutakursen.

<sup>24</sup> Se E. Ahlander, M. Carlsson och M. Klein (2023), "Price Pass-Through Along the Supply Chain: Evidence from PPI and CPI Microdata", *Working paper* nr 426, Sveriges riksbank.

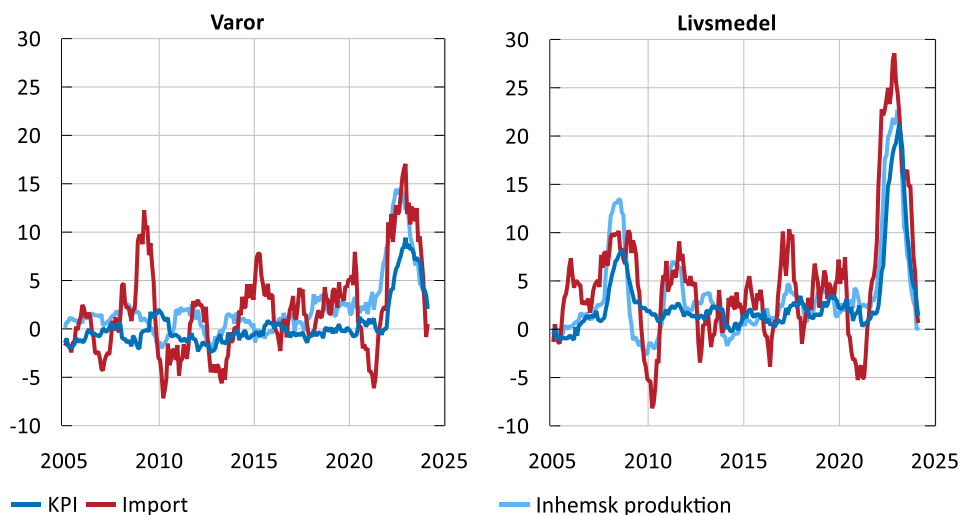
producentledet verkar slå igenom snabbt till konsumentpriserna för varor vars priser uppdateras ofta, som livsmedel, och långsammare för andra varor.

### Större variation i producentpriser

Diagram 28 visar hur de inhemska och importerade producentpriserna har utvecklats jämfört med konsumentpriserna för livsmedel och andra varor. Diagrammet visar att det samtida sambandet för varor fram till de senaste åren har varit relativt svagt, medan de har varit något tydligare för livsmedel. De sista åren är dock sambandet för både varor och livsmedel betydligt starkare. Importpriserna är i regel de mest volatila av de tre måtten, men även de inhemska priserna i producentled rör sig betydligt mer än konsumentpriserna.

### Diagram 28. Priser för varor och livsmedel i konsument- och producentled

Årlig procentuell förändring



Källa: SCB.

En viktig förklaring är att inköp av varor endast utgör en del av konsumentföretagens totala kostnader. Övriga delar, som exempelvis löner och hyror, är i regel mer stabila. Det gör att konsumentpriserna inte rör sig lika mycket som producentpriserna även om producenterna skulle vältra över alla sina kostnadsförändringar direkt.

Vid normala svängningar i producentpriserna kan företagen också använda sina vinstmarginaler till att jämna ut svängningar i inköpskostnader istället för att lägga över dem direkt på kunderna. Om inköpspriserna stiger snabbare än normalt kan de låta marginalerna gå ner och sen öka dem igen när kostnaderna ökar långsammare eller faller genom att då inte sänka priserna fullt ut. Ett motiv till att agera på detta sätt kan vara att man av konkurrensskäl inte vill förändra priserna för ofta och att det innebär en kostnad att ändra priser ofta.

Hur stor del av kostnaden som utgörs av inköp varierar också mellan olika branscher. I livsmedelshandeln där inköp är en stor del av den totala kostnadsmassan är bruttomarginalerna låga medan de är högre i andra branscher. Allt annat lika kan man

förvänta sig att det ska finnas en större samvariation mellan producent- och konsumentpriser i branscher där inköp är en stor del av kostnaden och där bruttomarginalerna är låga.

Låga nettomarginaler innebär också mindre möjlighet att absorbera ökade kostnader i vinstmarginalen utan att gå med förlust. Om kostnaderna ökar mycket, likt de senaste åren, förbrukas till sist företagets möjlighet att jämna ut ökningen i konsumentpriserna inom en normal variation i vinstmarginalen. Företagen måste då välja att antingen sänka sina marginaler ännu mer, gå med förlust eller att i större utsträckning direkt föra över kostnaderna på konsumentpriserna.

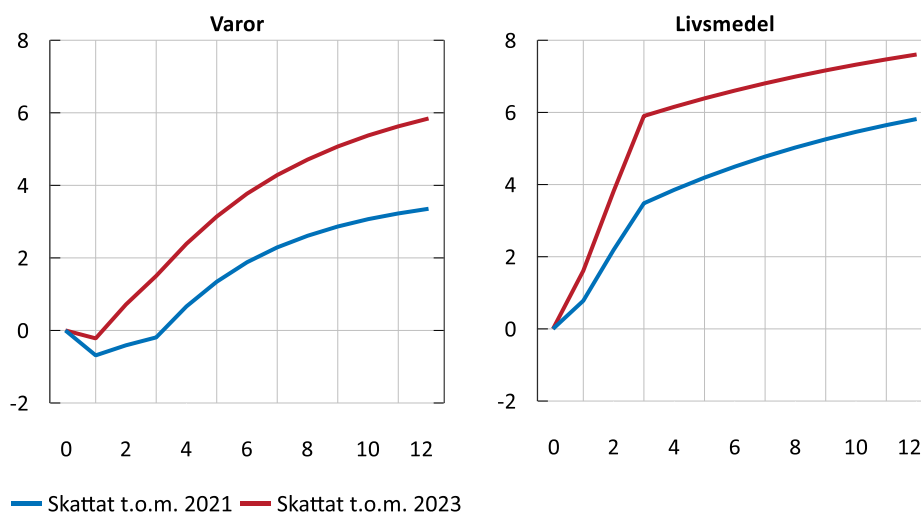
### Större genomslag för varupriser senaste åren

För att fånga det långsiktiga sambandet mellan producent- och konsumentpriser kan man skatta så kallade felkorrigeringsmodeller. Dessa modeller tar inte bara hänsyn till förändringstakten utan även till den relativa nivån i serierna. Det vill säga att om konsumentpriserna tidigare exempelvis har höjts mindre än ökningen i producentpriser, indikerar modellerna att finns ett uppdämt behov av att höja konsumentpriserna om inte gapet istället sluts av lägre producentpriser.

I diagram 29 visas det skattade genomslaget från producentpriser till konsumentpriser från dessa modeller vid en permanent uppgång i producentpriser med 10 procent. Genomslaget är skattat på data dels till och med 2021, dels till och med december 2023. För livsmedel visar båda skattningarna på ett relativt snabbt och stort genomslag, men för övriga varupriser tycks genomslaget vara betydligt snabbare när man även tar hänsyn till de senaste åren.

### Diagram 29. Effekten på konsumentpriser från högre producentpriser

Procentuell förändring



Anm. Avser effekt av att producentpriserna höjs med 10 procent i period 0.

Källa: Riksbanken

Att företagen, under de senaste åren, valt att snabbare föra över kostnaderna till konsumenterna kan bero på en kombination av faktorer som nämns ovan. Det relativt goda efterfrågeläget och acceptansen för prishöjningar tillsammans med det faktum att i stort sett alla företag höjde sina priser samtidigt lär också ha bidragit till att det var möjligt.

Det är för tidigt att säga om det har skett en bestående förändring i företagens pris-sättningsbeteende och om det kommer vara en möjlig strategi framöver. Hur stor effekt ett ändrat genomslag från producentpriserna får på konsumentpriserna beror i sin tur främst på hur producentpriserna i sig utvecklas. Riksbankens inflationsprognos baseras på antagandet att producentpriserna växer i ungefär historiskt normal takt den närmaste tiden. Om det antagandet stämmer får storleken på genomslaget från producentpriserna mindre betydelse för utvecklingen av konsumentpriserna.