

KRONAN, PRISERNA OCH GEOPOLITIKEN

*Så påverkas de svenska
industriföretagens export*

SAMMANFATTNING OCH KOMMENTARER

Nyckelresultat i rapporten:

- *Drygt hälften av de svenska industriföretagen uppger att en svag krona ger dem bättre förutsättningar att vinna exportaffärer på utlandsmarknaden. En fjärdedel av företagen förlorar istället på en svag krona. För den återstående fjärdedelen företag spelar kronans ställning inte någon roll.*
- *Tre fjärdedelar av de svenska industriföretagen har utrymme att föra över ökade kostnader för till exempel insatsvaror eller transporter i prishöjningar för sina utlandskunder. Men endast en femtedel av företagen har ett märkbart till mycket stort utrymme för prishöjningar.*
- *Tre fjärdedelar av de svenska industriföretagen uppger att de aktuella, ökade geopolitiska spänningarna har en direkt påverkan på deras verksamhet på utlandsmarknaden. Drygt en tredjedel av företagen rapporterar om en märkbar till mycket stor påverkan.*

På uppdrag av Business Sweden har undersökningsföretaget Origo Group genomfört en enkät till svenska industriföretag i syfte att få raka svar på tre brännande frågor: Ger en svag krona bättre förutsättningar att vinna exportaffärer? Kan industriföretagen höja sina priser gentemot utlandskunder? Har geopolitiken en direkt påverkan på deras verksamhet på utlandsmarknaden?

300 ledande företrädare – huvudsakligen vd, försäljningschef, affärsområdeschef eller motsvarande – för företag i olika industribranscher har besvarat enkäten i telefonintervjuer under perioden 25 april – 21 maj 2024.

Resultatet från undersökningen redovisas i diagramform på de följande sidorna. Business Sweden använder en enkel beräkningsmodell för att rangordna branscher utifrån vilka som vinner mest på en svag krona. Samma modell används för att visa vilka branscher som har störst utrymme att höja sina priser för utlandskunder liksom vilka branscher som påverkas mest av det dagsaktuella, spända läget i geopolitiken. Beräkningmodellen beskrivs i anslutning till respektive diagram.

Svaren visar att drygt hälften av industriföretagen vinner på en svag krona och att det är den svenska basindustrin – *Trä och papper, Stål och metall* samt *Kemi och läkemedel* – som vinner mest. Tillsammans svarar dessa branscher för drygt 40 procent av den svenska varuexporten.

För branscher med stor andel insatsvaror från utlandet, som *Fordon* och *Elapparatur och elektronik*, är uppsidan av en svag krona betydligt mindre. För *Annan tillverkning*, där främst kläder och textilvaror, möbler och medicinsk utrustning ingår, resulterar en svag krona i sämre förutsättningar att vinna exportaffärer. Det beror bland annat på att dessa branscher använder en stor andel importerade insatsvaror i sin produktion i Sverige, vilket – givet att kronan är svag gentemot andra valutor – gör de färdiga exportvarorna dyrare att producera.

Enkätundersökningen visar också att tre fjärdedelar av industriföretagen har utrymme att föra över ökade kostnader för till exempel insatsvaror eller transporter i prishöjningar för utlandskunder. Ska då detta resultat ses som att världsmarknadens aktörer har en generös hållning till prishöjningar, vilket skulle kunna försvåra den pågående, globala kampen att trycka tillbaka inflationen?

Svaret är förmodligen nej. Den stora svars-kategorin ”Visst utrymme” för prishöjningar handlar sannolikt om företagens utrymme för mindre, väl motiverade prisjusteringar gentemot sina utlandskunder. Enkätundersökningen visar att endast en femtedel av företagen har ett märkbart till mycket stort utrymme för prishöjningar. För en annan femtedel av företagen finns inget utrymme alls.

Att konkurrensen på världsmarknaden begränsar utrymmet för prishöjningar illustreras bäst av de tre branscher som placerar sig sist i Business Swedens rangordning: *Fordon*, *Livsmedel* samt *Trä och papper*, som samtliga är branscher med produkter som är starkt internationellt konkurrensutsatta.

Den sista frågan syftar till att få svar på om de aktuella geopolitiska spänningarna och konflikterna, som Rysslands invasionskrig i Ukraina, krisen i Mellanöstern, konflikterna kring



LENA SELLGREN
Chefekonom
Business Sweden

Taiwan och Sydkinesiska havet samt maktkampen mellan USA och Kina, har en direkt påverkan på industriföretagens verksamhet på utlandsmarknaden, i export, lokal försäljning och investeringar, eller om de stannar vid lägesdiskussioner hos företagsledningarna och i styrelserum.

Svaret är kanske överraskande: Hela tre fjärdedelar av industriföretagen uppger att det geopolitiska läget har en direkt påverkan på deras verksamhet på utlandsmarknaden. En dryg tredjedel av företagen rapporterar om en märkbar till mycket stor påverkan på verksamheten. Knappt 60 procent av storföretagen rapporterar om en märkbar till mycket stor påverkan.

I Business Swedens rangordning är *Maskiner* den bransch som påverkas mest av geopolitiken, detta sannolikt för att branschens produkter så tydligt kan bidra till ett teknologiskt, ekonomiskt och militärt övertag, liksom att produkterna kan få såväl civil som militär användning, så kallad dual use. I Business Swedens rapport *Teknologi och terrorbalans* (januari 2022) identifierades maskinindustrin som branschen med störst andel högexponerad export, det vill säga export som riskerar att utsättas för åtgärder i en upptrappad stormaktskonflikt mellan USA och Kina.

Vi kan alltså konstatera att den svenska industrin – särskilt basindustrin – sammantaget gynnas av den svaga svenska kronan. Detta avspeglas i det faktum att svensk varuexport de senaste åren efter pandemin har hållits uppe samtidigt som världshandeln sedan slutet av 2022 har haft en negativ utveckling.

Att de svenska industriföretagen har viss möjlighet att föra över ökade kostnader som följer av exempelvis ökade kostnader för insatsvaror och transporter i prishöjningar för sina utlandskunder indikerar att de är konkurrenskraftiga på den globala marknaden.

Det är också tydligt att de ökade geopolitiska spänningarna har en direkt påverkan på industriföretagens verksamhet på utlandsmarknaden. Dessvärre lär inte dessa spänningar mildras, utan om något intensifieras. En gedigen omvärldsbevakning och förståelse för hur stater genom geoeconomiska maktmedel, såsom handelspolitik, sanktioner och annan marknadspåverkan kan styra det internationella näringslivet är nödvändigt men inte tillräckligt. Alla företag behöver idag ha en väl genomarbetad krishanteringsplan.

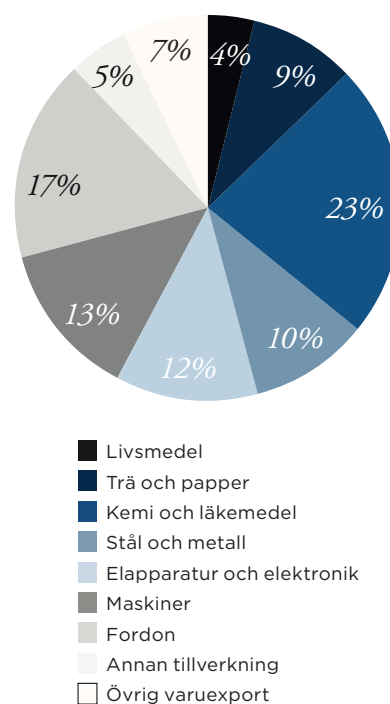
Business Sweden och övriga Team Sweden-aktörer har med sin närvaro på utlandsmarknaderna ett viktigt uppdrag i att stötta alla svenska företag! Tveka inte att kontakta oss.

Lena Sellgren
Chefekononom

11 juni 2024

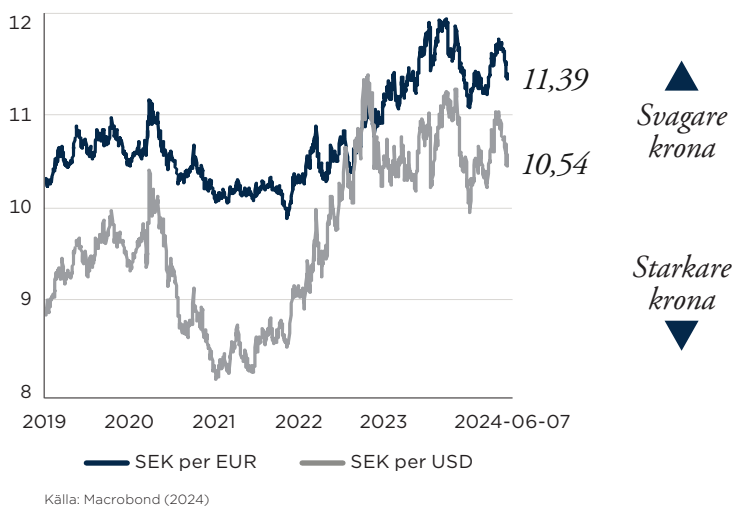
1. SVERIGES VARUEXPOR

Fördelning per bransch i procent, 2023



Not: Sveriges varuexport uppgick till 1 999 miljarder kr 2023. Som framgår av diagrammet ovan stod "Övrig varuexport" för 7 procent av den totala varuexporten. Denna kategori utgörs av jordbruksprodukter, mineraler med mera och ingår inte i statistiken för tillverkningsindustrin. Inga företag från denna kategori ingår heller i Business Swedens enkätundersökning. Källa: SCB (2024)

2. KRONANS UTVECKLING MOT EURO OCH DOLLAR SEK/EUR och SEK/USD, januari 2019 - juni 2024



Källa: Macrobond (2024)

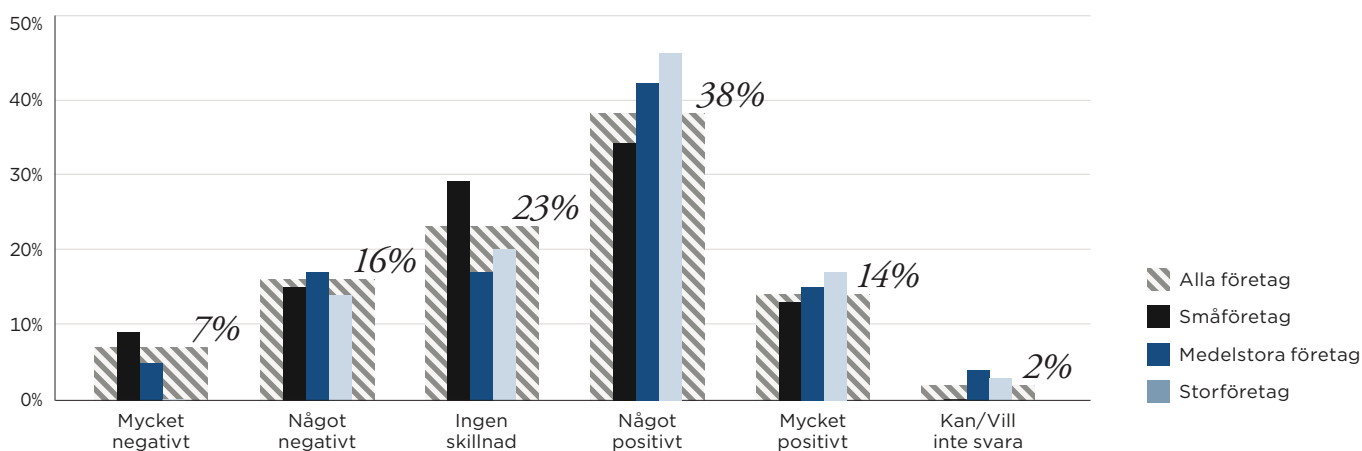
KRONAN OCH FÖRETAGENS EXPORT

Drygt hälften av de svenska industriföretagen får bättre förutsättningar att vinna exportaffärer med en svag krona. En fjärdedel av företagen förlorar istället på en svag krona. För den resterande fjärdedelen företag spelar inte kronans ställning någon roll.

Storföretagen är de största vinnarna på en svag krona.

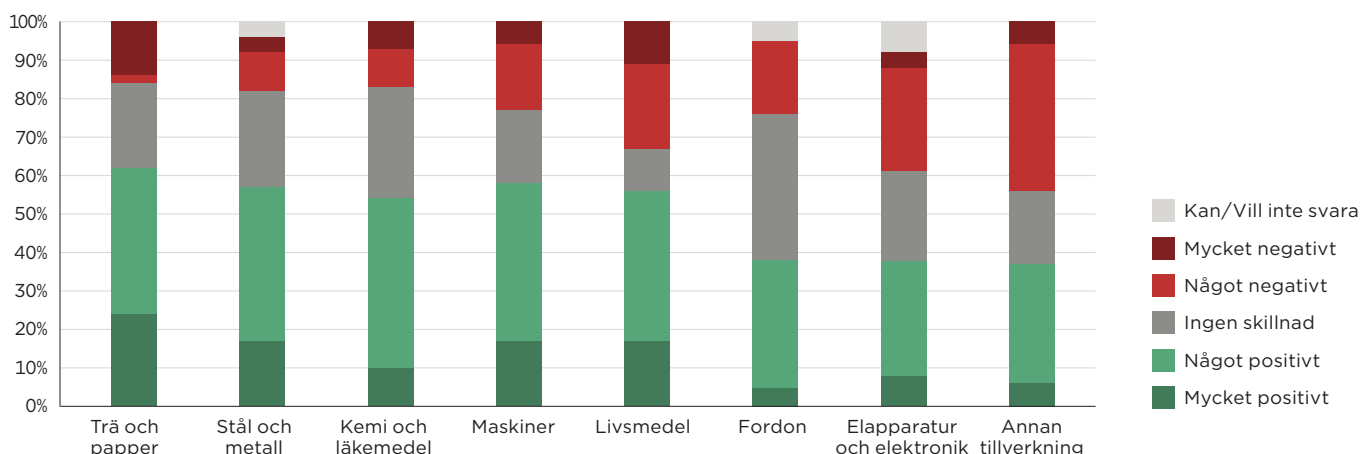
3. INDUSTRIFÖRETAGEN VINNER PÅ EN SVAG KRONA

Fråga: Hur påverkas ditt företags förutsättningar att vinna exportaffärer med varor som tillverkas eller sätts samman i Sverige när kronan försvagas mot större valutor som dollar och euro?



Svar på en skala mellan 1 och 5, där 1 = Mycket negativt och 5 = Mycket positivt

4. "TRÄ OCH PAPPER" MESTA VINNAREN PÅ EN SVAG KRONA



Så gjordes beräkningarna för att bestämma och rangordna vinnande och förlorande branscher på en svag krona: (% Mycket positivt - % Mycket negativt) + (% Något positivt - % Något negativt) = Netto positivt eller negativt utfall i procentenheter. Rangordningen görs efter utfall i fallande ordning.

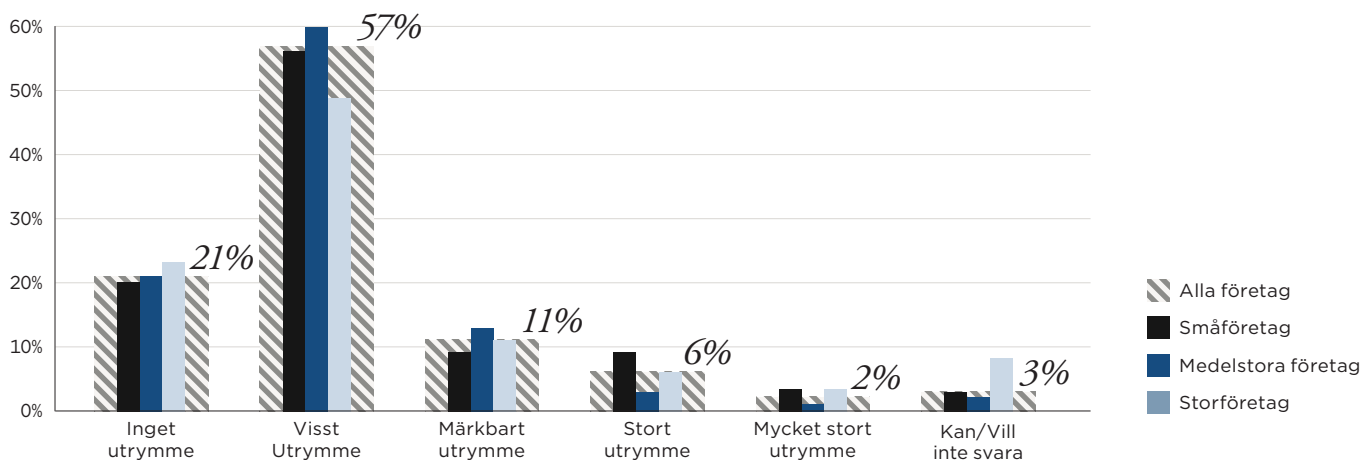
PRISHÖJNINGAR OCH FÖRETAGENS UTLANDSKUNDER

Tre fjärdedelar av de svenska industriföretagen har utrymme att föra över ökade kostnader för till exempel insatsvaror eller transporter i prishöjningar för sina utlandskunder. Men endast en femtedel av företagen har ett märkbart till mycket stort utrymme för prishöjningar.

För en femtedel av företagen finns inget utrymme alls för prishöjningar. Denna andel är på samma nivå för samtliga storleksklasser företag.

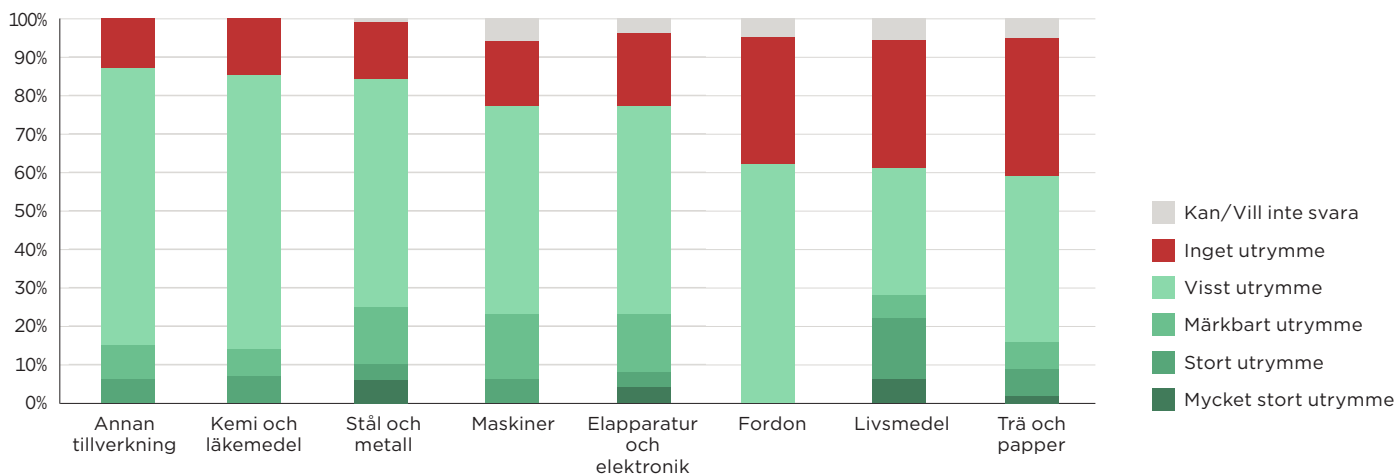
5. FÖRETAGENS UTLANDSKUNDER HAR VISS ACCEPTANS FÖR PRISHÖJNINGAR

Fråga: Vilket utrymme har ditt företag idag att kompensera kostnadsökningar för till exempel insatsvaror med prishöjningar för kunder i exportförsäljningen från Sverige?



Svar på en skala mellan 1 och 5, där 1 = Inget utrymme och 5 = Mycket stort utrymme

6. UTRYMMET FÖR PRISHÖJNINGAR STÖRST FÖR "ANNAN TILLVERKNING"



Så gjordes beräkningarna för att rangordna branscherna med avseende på möjligheten att föra över ökade kostnader genom prishöjningar för kunden: (% Visst utrymme + % Märkbart utrymme + % Stort utrymme + % Mycket stort utrymme) - % Inget utrymme = Netto positivt eller negativt utfall i procentenheter. Rangordningen görs efter utfall i fallande ordning.

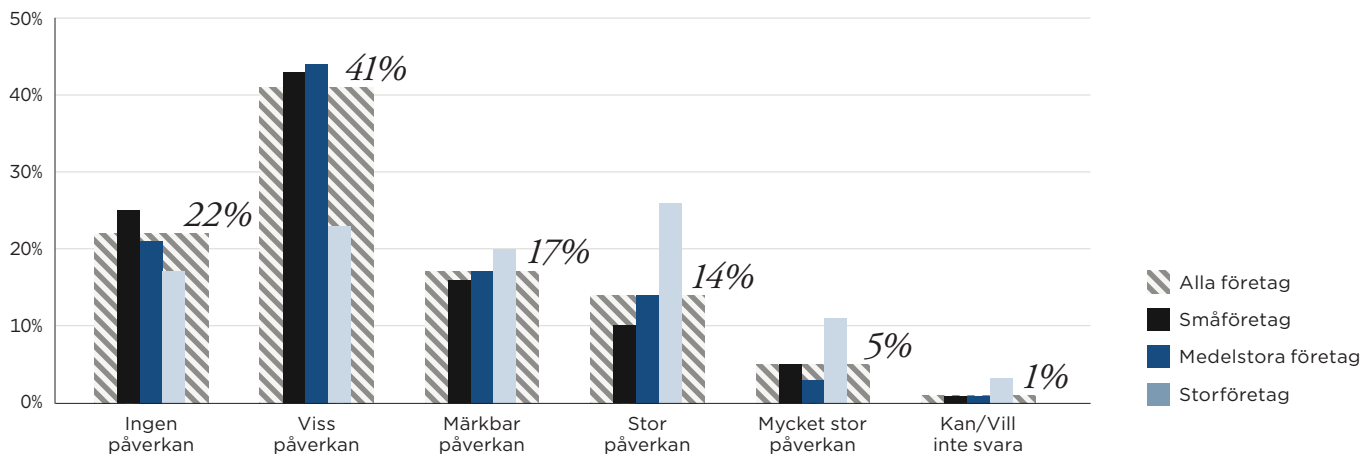
GEOPOLITIKEN OCH FÖRETAGENS EXPORT

Tre fjärdedelar av de svenska industriföretagen uppger att de ökade geopolitiska spänningarna har en direkt påverkan på deras verksamhet på utlandsmarknaden. Drygt en tredjedel av företagen rapporterar om en märkbar till mycket stor påverkan. Andelen storföretag som rapporterar om en märkbar till mycket stor påverkan uppgår till hela 60 procent.

En femtedel av företagen påverkas inte alls av den geopolitiska situationen i dagsläget.

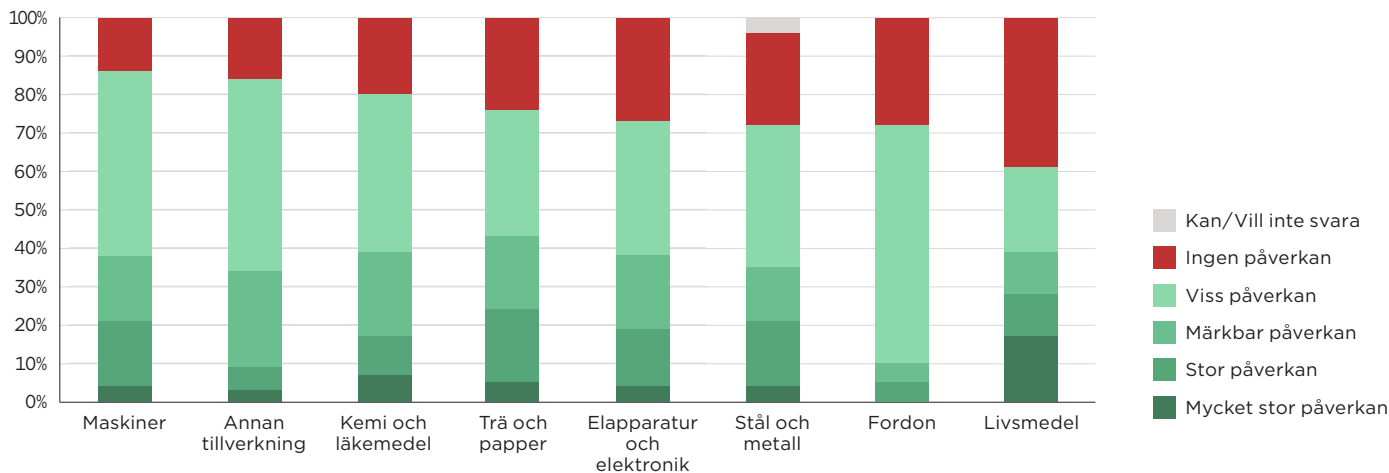
7. DIREKT PÅVERKAN AV GEOPOLITIKEN PÅ EXPORTAFFÄRERNA

Fråga: Har de ökade geopolitiska spänningarna i världen någon direkt påverkan på ditt företags verksamhet i utlandet, i export från Sverige, lokal försäljning eller investeringar?



Svar på en skala mellan 1 och 5, där 1 = Ingen påverkan och 5 = Mycket stor påverkan

8. "MASKINER" MEST PÅVERKAT AV GEOPOLITIKEN



Så gjordes beräkningarna för att rangordna branscherna med avseende på geopolitikens direkta påverkan på företagens verksamhet: (% Viss påverkan + % Märkbar påverkan + % Stor påverkan + % Mycket stor påverkan) - % Ingen påverkan = Netto positivt eller negativt utfall i procentenheter. Rangordningen görs efter utfall i fallande ordning.

SÅ GJORDES UNDERSÖKNINGEN

Business Sweden har gett i uppdrag åt undersökningsföretaget Origo Group att kartlägga:

Hur de svenska industriföretagens export påverkas av en svag krona

Vilket utrymme industriföretagen har att föra över ökade kostnader i prishöjningar för sina utlandskunder

I vilken utsträckning de geopolitiska spänningarna har en direkt påverkan på industriföretagens verksamhet

Målgruppen för undersökningen är svenska och utlandsägda industriföretag med tillverkning eller sammansättning av varor i Sverige, med varuexport till utlandsmarknaden och med minst 20 anställda i Sverige. Statistiska Centralbyrån (SCB) har på beställning från Business Sweden tagit fram ett register med kontaktuppgifter till drygt 3 000 företag med de nämnda kriterierna som Origo Group har använt i sitt fältarbete.

Undersökningen har utförts genom telefonintervjuer med vd, försäljningschef, affärsområdeschef eller motsvarande befattningshavare vid företagen under perioden 25 april – 21 maj 2024. Respondenterna har besvarat en enkät bestående av fem flervalsfrågor som tagits fram av Business Sweden.

Totalt besvarades enkäten av 300 företag.

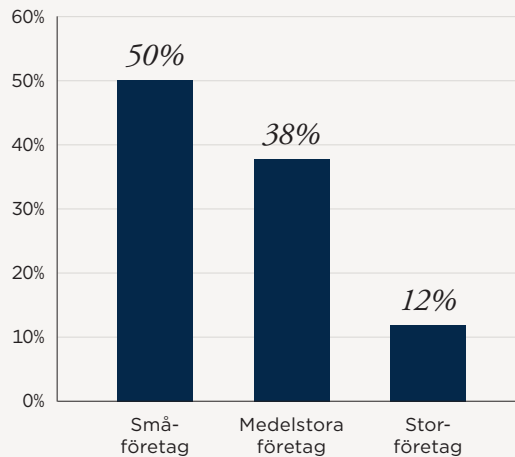
I analysen av enkätresultatet har Business Sweden gjort en indelning av företagen i åtta branscher på grundval av företagens registrerade SNI-koder (standard för svensk näringsgrensindelning). Samtliga företag i undersökningen återfinns i tillverkningsindustrin (SNI 10–33) i någon av följande branscher:

Livsmedel (10–12), Trä och papper (16–17), Kemi och läkemedel (19–23), Stål och metall (24–25), Elapparatur och elektronik (26–27), Maskiner (28), Fordon (29–30) och Annan tillverkning (13–15, 18, 31–33).

Business Sweden delar även in företagen i tre storleksklasser utifrån antalet anställda i Sverige i enlighet med den indelning som görs av SCB. Indelningen är gjord för att kunna särredovisa resultatet av undersökningen för småföretag med 20–49 anställda, medelstora företag med 50–199 anställda samt storföretag med 200 eller fler anställda.

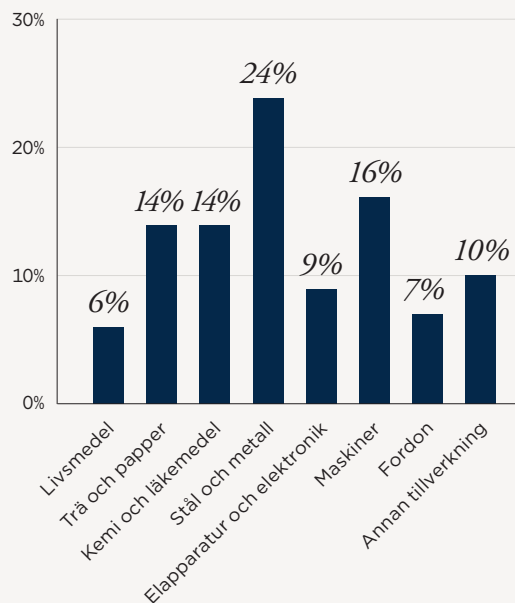
Fördelningen på bransch och storleksklass för den företagspopulation som besvarat enkäten visar god samstämmighet med totalfördelningen i registret som beställdes från SCB. Underlaget har anonymiserats av Origo Group med avseende på företagets identitet.

9. FÖRETAGENS FÖRDELNING PER STORLEKSKLASS*



*Not: Gäller företagens antal anställda i Sverige

10. FÖRETAGENS FÖRDELNING PER BRANSCH





*We help Swedish companies grow global sales and
international companies invest and expand in Sweden.*

BUSINESS-SWEDEN.COM

BUSINESS SWEDEN Box 240, SE-101 24 Stockholm, Sweden
World Trade Center, Klarabergsviadukten 70
T +46 8 588 660 00 info@business-sweden.com
www.business-sweden.com