

***Bengt Assarsson:***

## **Prisbildning på industriella marknader**

Aktuell forskning om prisbildningen ger ett ganska förvirrande intryck. Det finns ett stort antal *teoretiska* uppsatser, som studerar hur optimal prissättning påverkas av osäkerhet, lagerhållning, kostnader för att ändra priser, kundernas sökkostnader, kostnader för att byta leverantör osv. Samtidigt finns ytterst lite etablerad *empirisk* kunskap om prisbildningen. De flesta empiriska studierna saknar koppling till ovannämnda teorier. Därmed rör sig den teoretiska forskningen ofta i ett vakuum. Det har gjorts alltför få försök att belysa de olika teoriernas relevans genom empiriska test av hypoteser.

I konventionella ekonometriska studier skattas prisekvationer, där index för kostnader, efterfrågan och konkurrentpriser är de centrala variablerna. Resultaten av sådana studier visar att en mycket stor del av prisvariationerna förklaras av kostnaderna. Efterfrågefaktorer har som regel liten betydelse, även om undantag finns. Konkurrentpriserna påverkar prissättningen på exportmarknaderna, men förefaller ha liten betydelse för prissättningen i importkonkurrerande sektorer. (För studier av prisbildningen i Sverige, se exempelvis *Långtidsutredningen 1987*, bilaga 5 och Gottfries [1988].) Men denna typ av studier är förmodligen inte tillräckliga för att diskriminera mellan alternativa teorier. Simultanitetsproblem och risken för felspecifikation gör att alla ekonometriska resultat måste tolkas med stor försiktighet. Det finns därför all anledning att söka ytterligare information från andra källor.

I boken *Prisbildning på industriella marknader* (SNS) redovisar Bengt Assarsson en enkät- och intervjuundersökning av prissättningen i ett femtiotal indu-

striföretag i Sverige. Den stora fördelen med en studie av detta slag – jämfört med ekonomiska skattningar av priskvationer – är att de ger en mer fullständig beskrivning av företagets beslutsproblem genom frågor om konkurrenssituation, kundrelationer, kostnadskalkyler, kontraktsformer m m.

I ett par inledande kapitel ges en empirisk och teoretisk bakgrund till studien. Teoriöversikten betonar vikten av långsiktiga relationer mellan säljare och köpare. Tyvärr är denna översikt ganska vag, centrala begrepp som "transaktionskostnader" och "osäkerhet" har en oklar innebörd. Framför allt saknar jag explicit spelteoretisk analys av det slag som används i modern kontraktsteori och teori för industriell organisation (se Tirole [1988]). Icke-kooperativ förhandlings-teori borde ha varit en naturlig utgångspunkt för analysen av bilaterala relationer (se Sutton [1986] och Binmore mfl [1986]).

Avsaknaden av rigorös teori innebär att precisa, empiriskt testbara hypoteser inte kan härledas, men på mer intuitiva grunder har författaren lyckats formulera en rad intressanta frågor. Nedan redovisas några av de resultat som jag tycker är mest intressanta.

Vad gäller *konkurrenssituationen* finner författaren att de flesta företagen har en betydande marknadsandel på hemmamarknaden, den genomsnittliga marknadsandelen uppges vara närmare 40 procent. Några frågor gällde hur försäljningen skulle påverkas om företaget ändrade priset med ett visst procenttal. Svaren bor ge en uppfattning om den av företaget upplevda priselasticiteten. Svaren från 30 procent av företagen implicerar en priselasticitet på mindre än 0,1 (i absolutvärde). Ytterligare 40 procent uppger en priselasticitet på mindre än 0,6. Assarsson finner alltså påfallande låga uppskattningar av priselasticiteten. Man kan fråga sig varför inte företagen höjer sina priser. (Om priselasticiteten understiger ett så

ger en prishöjning ökade intäkter och minskade kostnader.)

En liknande fråga ställdes av Göran Schubert i en enkätundersökning om företagens prissättning vid devalveringen 1982 (SIND [1984]). Även i denna undersökning uppgav företagen påfallande låga priselasticiteter, men Schubert påpekade också att många företag fann det svårt att besvara denna fråga. En rimlig slutsats är att företagen *inte* uppfattar prissättningsproblemet så som det beskrivs i skolboksmodellen för monopolistisk konkurrens.

Svaren på frågorna om *kundrelationer* bekräftar med eftertryck betydelsen av långsiktiga relationer. Nästan alla företag (96 procent) uppger att varaktigheten i kundrelationerna överstiger två år. Närmare 60 procent uppger att produkterna anpassas till enskilda kunders krav. Lika många uppger att produktutveckling sker i samarbete med kunderna.

Frågorna om *prissättningen* ger belägg för en betydande tröghet i prissättningen. En tredjedel av företagen ändrar priserna högst en gång per år. Ytterligare en tredjedel ändrar priserna upp till två gånger per år. Hälften av företagen brukar ändra priserna vid bestämda tidpunkter.

Det typiska företaget säljer en del av produktionen enligt en prislista, men förhandlar också om priserna med vissa kunder. I övrigt bekräftas bilden av prissättningen som i huvudsak kostnadsbaserad: tre fjardedelar av företagen uppger att priserna inte påverkas av efterfrågevariationer och hälften uppger att de inte påverkas av konkurrenternas priser.

Arthur Okun [1981] framförde hypoteser att långsam och kostnadsbaserad prisanpassning är typisk för marknader som karakteriseras av långsiktiga relationer mellan säljare och köpare, sk "kundmarknader". Tanken är att en långsiktig kundrelation innefattar en informell överenskommelse för prisstabilitet. Endast kostnadsförändringar som är tydligt observerbara för båda parter föranleder prisändringar. Ger då enkätsvaren belägg

för denna hypotes?

Ja, såtillvida att de två företag (av 48) som ej har långsiktiga kundrelationer också ändrar sina priser relativt ofta. Men det finns också en minoritet av företagen som trots långsiktiga kundrelationer ändå ändrar priserna oftare än tre gånger per år (8 av 46). Andra indikationer på långsiktiga relationer, som gemensam produktutveckling, är ej systematiskt relaterade till prissättningsbeteendet. Okuns hypotes får därför endast svagt stöd.

Vissa andra variabler förefaller systematiskt relaterade till prissättningsbeteendet. Företag som säljer från lager ändrar sällan priserna, medan de som säljer på kundorder uppvisar ett blandat beteende. Företag som förhandlar om priser ändrar priserna mera sällan, liksom företag med stor andel export. Dessa observationer ger knappast stöd för någon specifik teori, men de kan generera intressanta frågor för framtida forskning.

Tyvärr är presentationen av resultaten opedagogisk. Läsaren tvingas slå i flera tabeller samtidigt för att tyda siffrorna. En presentation fråga för fråga, hade varit lättare att följa. I boken genomförs vissa statistiska skattningar, men specifikationen förefaller godtycklig, vilket gör resultaten svåra att tolka.

Slutligen: Varför redovisa en studie som denna på svenska? Studier av detta slag kan och bör vara en viktig input i den internationella forskningsprocessen!

Docent NILS GOTTFRIES  
Institutet för internationell ekonomi  
Stockholms universitet

Gottfries, N, [1988], "Market Shares and Pricing Behavior in the Tradeables Industry: An Examination of Swedish Manufacturing". Institutet för internationell ekonomi, Seminar Paper Nr 412.

Långtidsutredningen, [1987], "Prisbildningen inom olika sektorer i svenskt näringsliv", Bilaga 5.

Okun, A M, [1981]. *Prices and Quantities: A Macroeconomic Analysis*. Basil Blackwell.

SIND, [1984], "Effekter av 1982 års devalvering". Meddelande 2/1984, Statens industriverk.

Sutton, J, [1986], "Non-cooperative Bargaining Theory: An Introduction". *Review of Economic Studies*, Vol 53, s 709-724.

Tirole, J, [1988], *The Theory of Industrial Organization*. MIT Press.

## Referenser

- Binmore, K, Rubinstein, A & Wolinsky, A, [1986], "The Nash Bargaining Solution in Economic Modelling". *Rand Journal of Economics*, Vol 17, s 176-188.