

# Kvartals- rapport

1. kvartal 2024

**Tema:**  
Kostnadspress setter spor

# Innhold

<b>1 Innledning .....</b>	<b>3</b>
<b>2 Konjunktorene .....</b>	<b>4</b>
<b>3 Kostnadsbildet .....</b>	<b>6</b>
<b>4 Det internasjonale bildet .....</b>	<b>8</b>



Foto: Hans Fredrik Asbjørnsen

## 1. Innledning

Bedrifter og husholdninger merker nå det høyere rentenivået. Det økonomiske bildet så langt i 2024 preges blant annet av at en større andel av den disponible inntekten går til å betjene lån, og at mange forbrukere må prioritere hardere. Dette berører bedriftene gjennom endret etterspørsel. Samtidig er konsumprisveksten lavere, og Norges Banks prognoser har til nå indikert en gradvis reduksjon i styringsrenten fra høsten 2024.

**Markedssituasjonen** for medlemsbedriftene i NHO Mat og Drikke har samlet sett bedret seg det siste kvartalet, men nivået ligger fortsatt lavere enn trenden før pandemien. Samtidig svarer bedriftene at **markedsutsiktene** er mindre positive. Bedriftene forventer jevnt over lavere driftsresultat, investeringer og sysselsetting i tiden framover.

Selv om de kraftige kostnadsøkningene har avtatt, er bedriftenes kostnader fortsatt på et høyt nivå. Både råvarer og energi er dyrere enn de har vært de siste årene. Dette er med på å utfordre produsentene til å finne løsninger som kan holde kostnadene så lave som mulige.

Særlig økte kostnader til energi og da hovedsakelig strøm, har fått mye oppmerksomhet de siste årene. Prisene har falt en del fra de høyeste toppene i 2022 og 2023, men de gjennomsnittlige spotprisene på strøm ligger fortsatt godt over normalen fra tidligere år. Som en konsekvens av de tidvis ekstraordinære høye strømprisene, har en del bedrifter tegnet fastprisavtaler på strøm. Dette kan være med på å gi bedriftene større forutsigbarhet over

kommende kostnader. Det er fortsatt slik at flertallet av bedriftene anser de nåværende fastprisavtalene som for dårlige til å være et alternativ for deres bedrift.

Utenfor Norges grenser er også rentenivåene høye, men prisveksten har gradvis avtatt blant Norges handelspartnere. Tall fra Statistisk sentralbyrå viser at grensehandelen endte på 9,3 milliarder kroner i 2023. Dette er et betydelig beløp som forsvinner ut av Norge i form av tapt salg. Mye av grensehandelen drives av handel med produkter som alkohol og snus/tobakk. I tillegg er dagligvarer en stor kategori som utgjør flere milliarder kroner årlig.

Det er stor strekk i laget mellom de ulike mat- og drikkeprodusentene. Lønnsomheten og markedsutsikter varierer mellom bransjer og fra bedrift til bedrift. Derfor er det avgjørende at lønnsoppgjørene legger til rette for at mest mulig av lønnsdannelsen skjer i den enkelte bedrift med utgangspunkt i bedriftenes økonomi, produktivitet, fremtidsutsikter og konkurranseevne, slik de fire kriteriene legger opp til. En mer sentralisert lønnsdannelse vil over tid, kunne svekke grunnlaget for mange bedrifter i mat- og drikkenæringen. Det må unngås.

Petter Haas Brubakk,  
Administrerende direktør i NHO Mat og Drikke

DIGITAL VERSJON

[Her kan du lese den digitale versjonen av Kvartalsrapporten](#)

## 2. Konjunktorene

Årets første kvartal er avsluttet og man kan gradvis se tendensene til en lavere konsumprisvekst i årets tre første måneder. Det virker som om det høye rentenivået påvirker inflasjonen, både for totalindeksen på kjerneinflasjonen og for kategorien "matvarer og alkoholfrie drikkevarer". Kombinasjonen av et høyt rentenivå og tilbudskampanjer i forbindelse med nyttår og påske har bidratt til å dempe konsumprisveksten for matvarer. Dette vil bli diskutert videre i neste kapittel.

Til tross for at rentetoppen etter all sannsynlighet er nådd og det er håp om mer forutsigbare tider framover, er det fortsatt knyttet stor usikkerhet til både når det første rentekuttet kommer og hvordan årets lønnsoppgjør vil påvirke bedriftene i mat- og drikkenæringen. Kostnadsnivået knyttet til strøm og energi har falt noe den siste tiden, men det er fortsatt høye innkjøpspriser og krevende rammevilkår for næringen.

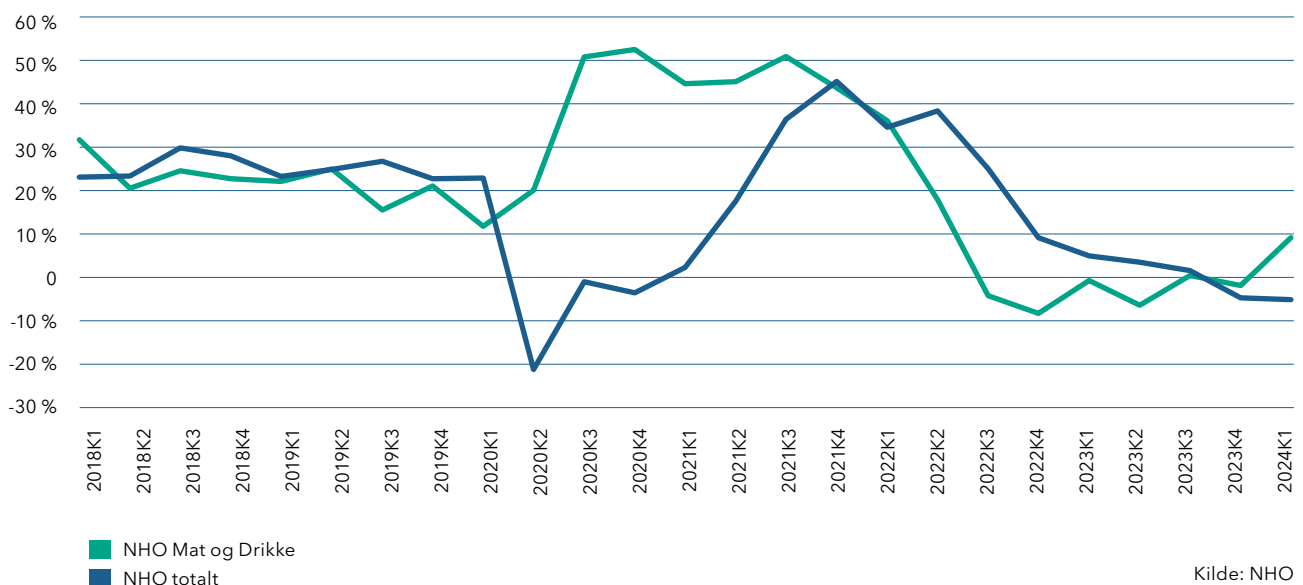
Dette bildet gjenspeiles i bedriftenes opplevelse av nåværende markedssituasjon (figur 1). Grafen viser utviklingen til medlemsbedriftene i NHO Mat og Drikke og NHO totalt når det gjelder deres vurdering av den generelle markedssituasjonen for sin bedrift. Det er verdt å merke seg at det har vært en bedring fra forrige kvartal (Q4 2023), men historisk sett er markedssituasjonen fortsatt på et lavere nivå enn både før og under pandemien. Dette viser at selv om det kan være tegn til en noe bedre situasjon hos

en del bedrifter, er situasjonen fortsatt svært krevende for mange andre.

Dette underbygges av bedriftenes vurdering av markedsutsiktene for de neste seks månedene (figur 2). Etter flere kvartal med bedring i markedsutsiktene, vel og merke fra et historisk bunnpunkt, har bedriftenes tro på bedre tider svekket seg kraftig i første kvartal 2024. Utviklingen viser at det fortsatt er stor usikkerhet. Størrelsen på bedriftene i mat- og drikkenæringen varierer mye, og det er ulike vurderinger fra bransje til bransje. Dette betyr at det vil kunne være store forskjeller på hvordan bedriftene i næringen opplever markedssituasjonen nå og utsiktene framover. Det er med andre ord stor strekk i laget innenfor mat- og drikkenæringen. Variasjonen i kostnadsbildet påvirker bedriftenes konkurransesituasjon og lønnssevne i 2024.

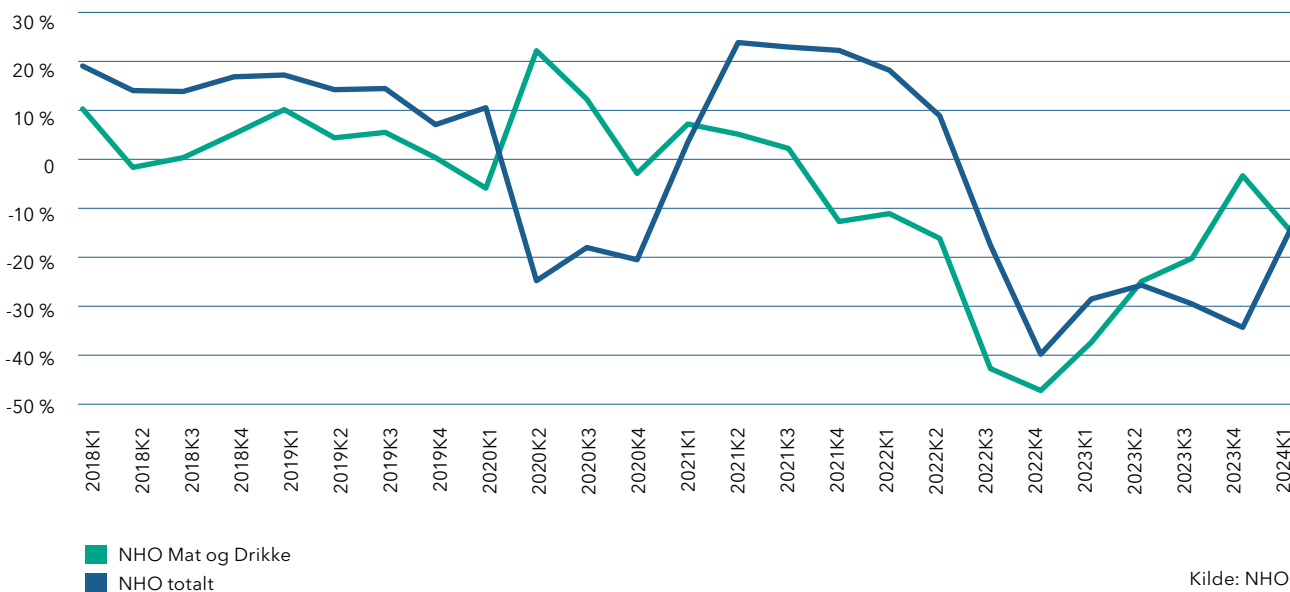
Når det kommer til bedriftenes forventninger knyttet til utviklingen i salgspriser, driftsresultat, investeringer og sysselsetting. Det er lite positivt å spore. Bedriftene tror på et lavere driftsresultat og lavere sysselsetting i tiden som kommer. Dette kan skyldes flere årsaker, blant annet et generelt høyt kostnadsnivå, lavere inntjening på salg av produkter og økte kostnader knyttet til arbeidskraft. Der- som sysselsettingen skulle falle, og investeringene blir lave over tid, kan dette føre til utfordringer for lønnsomheten i næringen.

Figur 1: Markedssituasjon medlemsbedrifter NHO og NHO Mat og Drikke, nettotalt.\*

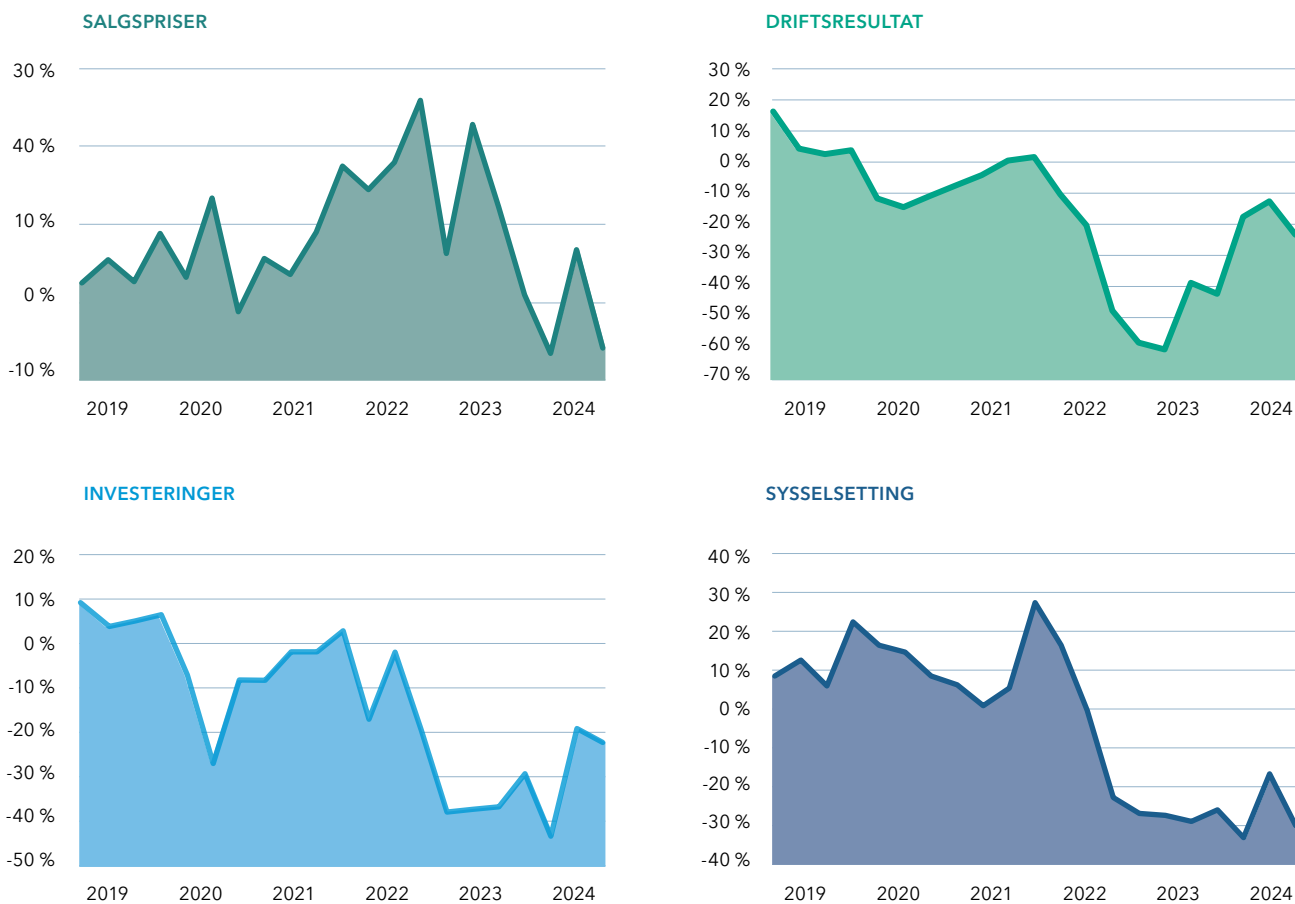


Kilde: NHO

Figur 2: Markedsutsikter medlemsbedrifter NHO og NHO Mat og Drikke, netttotal.\*



Figur 3: Forventninger til de neste seks månedene, medlemsbedrifter NHO Mat og Drikke, netttotal\*.



\*Netttotal vil si differansen mellom de som har svart "god" og de som har svart "dårlig".

Kilde: NHO

### 3. Kostnadsbildet

Kostnadene knyttet til innsatsfaktorer som råvarer, energi og arbeidskraft er fortsatt høye, og bidrar til å tære på lønnsomheten til mange bedrifter. I kombinasjon med dagens rentenivå, formueskatt og økte kostnader til grønn omstilling og energieffektivisering blir markedssituasjonen krevende for mange bedrifter. Det er også svært varierende hvor godt rustet de ulike bedriftene er til å håndtere ulike kostnadsøkninger. Bedriftens størrelse, oppbygging og struktur vil være med å påvirke hvor godt en bedrift vil kunne absorbere de stadig mange kostnadene som treffer næringen. For enkelte bedrifter kan det være slik at formueskatten ikke er et stort problem, mens for andre betyr dette reduserte investeringer og mindre mulighet til å utvide driften. [Les mer om ulike effekter av formueskatt her.](#)

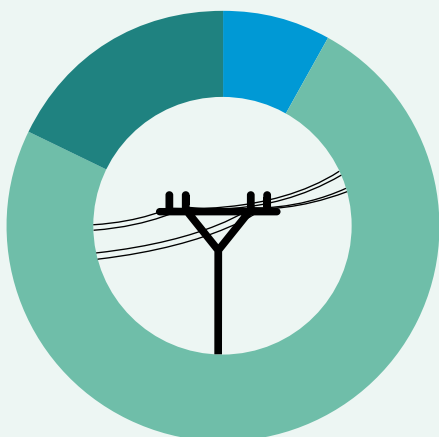
Dagens rentenivå er høyt og vil med stor sannsynlighet forbli på dagens nivå en stund framover. Dette påvirker både bedrifter og private husholdninger. Den disponible inntekten reduseres, og det blir mindre penger å bruke for personer og bedrifter med lån. For konsumentene vil dette si at man må gjøre tilpasninger og gjerne redusere forbruket noe. Dette vil igjen kunne påvirke bedriftene i mat- og drikknæringen gjennom redusert etterspørsel eller skift i etterspørselen. Både lønnsomheten og driftsresultatet kan på sikt påvirkes av lavere omsetning.

Utgifter til energi, og da spesielt strøm, har utgjort en økende andel av totale kostnader for mange bedrifter de siste årene. Prisen på strøm har falt en del fra de høyeste toppene i 2022 og 2023, men det er fortsatt slik at høye strømkostnader er en krevende utfordring for mange produsenter i mat- og drikkenæringen. Gjennomsnittsprisen de tre første månedene i 2024 for spotprisen i prissone

NO1 (Øst-Norge) endte på 94,39 øre/kWh (inkl. mva.). I en medlemsundersøkelse fra februar 2024 har vi spurt et utvalg av medlemsbedrifter i NHO Mat og Drikke om de har fastprisavtaler på strøm (figur 4). Resultatene viser at nesten hver femte bedrift av de som har deltatt i undersøkelsen har fastprisavtale på strøm. Tilsvarende tall var omtrent hver tiende bedrift i februar 2023.

Tallene fra undersøkelsen viser en tendens til at flere bedrifter har tegnet fastprisavtaler det siste året. Resultatene skal tolkes med forsiktighet, og kan ikke brukes til å si noe sikkert om utviklingen til hele næringen under ett. Det viser likevel at en del bedrifter med stor sannsynlighet har måttet ta grep for å sikre seg noe større forutsigbarhet over kommende kostnader. I figur 5 vises svarene for "andre prissikringsavtaler på strøm". Blant bedriftene som ikke har fastprisavtaler for hele sitt samlede strømforbruk er det omtrent én av fire som har andre avtaler. Dette kan være en kombinasjon av spotpris og fastpris, eller andre fleksible avtaler. Dette viser at det er en vesentlig andel som har sikret seg mot de høyeste pristoppene på strøm.

Det er fortsatt slik at flertallet av bedriftene har spotprisavtaler. Noen av årsakene til dette presenteres i tabell 1. Her har respondentene i undersøkelsen (de som ikke har fastprisavtale) krysset av for de alternativene som passer deres oppfatning. Hele 43 prosent mener at avtalene har for høy pris til å være aktuelle. Hver fjerde bedrift mener også at avtalene som er tilgjengelige på markedet ikke er tilpasset deres forbruksprofil. Dette viser at fastprisavtalene totalt sett ikke er gode nok for mange bedrifter i mat- og drikkenæringen.



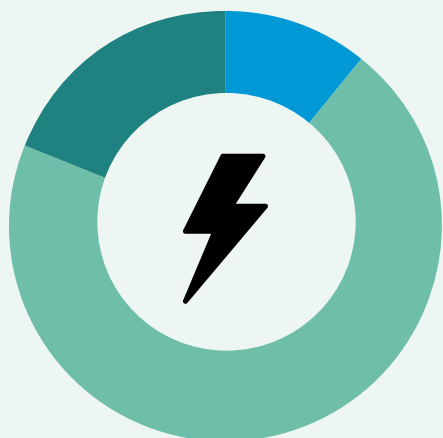
Figur 4: Fastprisavtaler på strøm

Har din bedrift fastprisavtale på strøm, her forstått som fast pris på ditt samlede strømforbruk over en lengre periode?

- 18 % Ja
- 74 % Nei
- 8 % Vet ikke/ønsker ikke svare

Kilde: NHOs medlemsundersøkelse februar 2024

Figur 5: Avtaler for prissikring på strøm



Har din bedrift noen andre avtaler for prissikring på strøm? For eksempel mer fleksible avtaler med kombinasjon av spotpris og fastpris.

- 24 % Ja
- 66 % Nei
- 10 % Vet ikke/ønsker ikke svare

Kilde: NHOs medlemsundersøkelse februar 2024

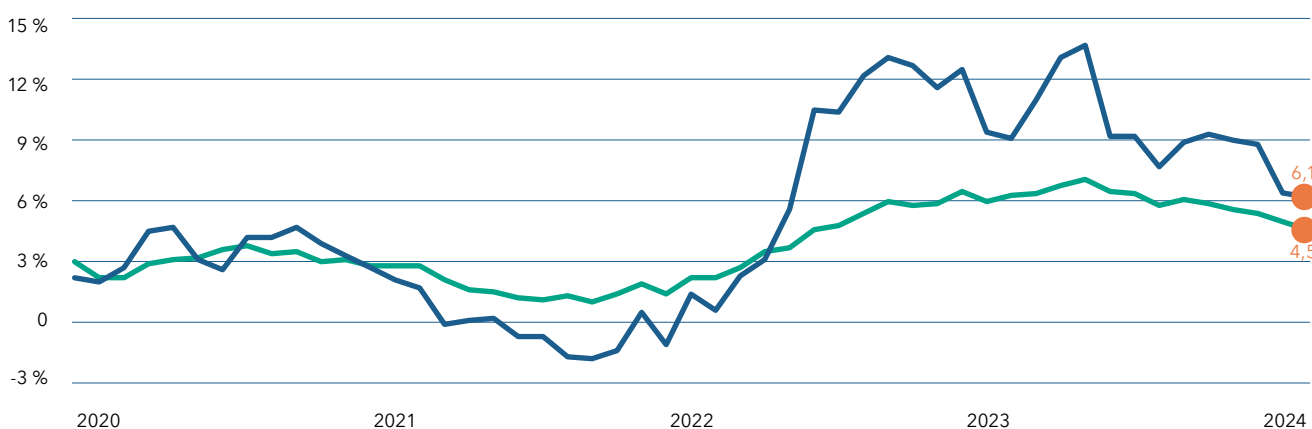
Tabell 1: Årsaker til at bedrifter velger bort fastprisavtaler

**Hvorfor har din bedrift ikke fastpris på strøm?**

Fastprisavtalene har for høy pris	43 %
Fastprisavtalene på markedet er ikke tilpasset vår forbruksprofil	26 %
Strøm utgjør en liten del av kostnadene, så vi har ikke behov for fastpris	20 %
Fastprisavtalene har for lang bindetid	18 %
Annet	16 %
Fastprisavtalene gir ikke tilstrekkelig forutsigbarhet	14 %
Vet ikke	11 %
Fastprisavtalene er for kompliserte å administrere	9 %

Kilde: NHOs medlemsundersøkelse februar 2024

Figur 6: Konsumprisindeks justert for avgifter og energi, 12-måneders endring.



- KPI-JAE Totalindeks
- KPI-JAE Matvarer og alkoholfrie drikkevarer

Kilde: SSB

## 4. Det internasjonale bildet

Internasjonalt preges også tiden av forholdsvis høye styringsrenter og gradvis fallende inflasjon. Prisveksten er sakte, men sikkert, i ferd med å avta blant flere av Norges handelspartnere. Figur 6 i forrige del viste utviklingen i kjerneinflasjon i Norge. Totalindeksen, som inkluderer flere ulike typer varer og tjenester, viser at tolv månedersveksten falt til 4,5 prosent i mars. For kategorien matvarer og alkoholfrie drikkevarer ligger tilsvarende tall på 6,1 prosent. Dette er vesentlig lavere enn toppen for prisveksten som var på 13,6 prosent i juni 2023. Det gjenstår fortsatt en betydelig reduksjon i KPI før man når Norges Banks inflasjonsmål på to prosent, men utviklingen går for øyeblikket i riktig retning.

Tall fra Eurostat (EUs statistikkontor) viser at tendensen med fallende prisvekst også gjør seg gjeldende i Norges naboland (figur 7). For både Sverige, Danmark og et gjennomsnitt av EUs 27 medlemsland (EU27), har prisveksten tidvis vært både raskere og på et vesentlig høyere nivå. Utviklingen i Norge har fulgt omtrent samme bane, men med et lite etterslep. Dette kan se ut til å være tendensen også nå. Tall for februar 2024 viser at tolv månedersveksten for den harmoniserte konsumprisindeksen er høyest for Island, tett etterfulgt av Norge. For EU27, Sverige og Danmark har prisveksten kommet ned på et litt lavere nivå. Med et høyt rentenivå over tid er det grunn til å tro at prisveksten også vil komme lengre ned her i Norge. Dette vil kunne bidra til å redusere kostnadene for bedrifter og husholdninger.

Hvordan utviklingen i konsumprisene vil bli framover, og i hvilket tempo en eventuell videre nedgang vil få, er vanskelig å spå. Her vil flere faktorer som kostnadsutvikling, valutakurs og importert prisvekst kunne være med å påvirke utviklingen de kommende månedene. Det er dagligvaregrupperingene som til slutt bestemmer prisene på produktene i butikken.

Siste tilgjengelige tall for grensehandel er fjerde kvartal 2023, og med dette er nå totalen for hele fjoråret klart. Totalt sett handlet nordmenn for 9,3 milliarder kroner og reiste på 4,7 millioner dagsturer til utlandet i 2023. Dette er en del lavere enn årene før pandemien, men fortsatt et svært høyt beløp. Sammenligner man grensehandelen med nivået på dagligvaremarkedet i Norge utgjør grensehandel mellom fire og fem prosent av det totale tradisjonelle dagligvaremarkedet. Dette vil si at grensehandelen tilsvarer mer av totalmarkedet enn Bunnpris som er den fjerde kjeden i det norske dagligvaremarkedet.

### Begrepsforklaringer

Inflasjon måles gjerne ved hjelp av **konsumprisindeksen (KPI)**, som beskriver utviklingen i konsumpriser for varer og tjenester etterspurt av private husholdninger bosatt i Norge.

**KPI justert for avgiftsendringer og uten energivarer (KPI-JAE)** kan brukes som et mål på underliggende utvikling i konsumprisene, eller underliggende inflasjon, og er også kjent som kjerneinflasjon.

**Harmonisert konsumprisindeks (HKPI)** beskriver utviklingen i konsumpriser for varer og tjenester etterspurt av private husholdninger (også turister) innenfor det økonomiske området til et land. HKPI er beregnet etter harmoniserte standarder og kan derfor benyttes til å sammenlikne prisutvikling i europeiske land.

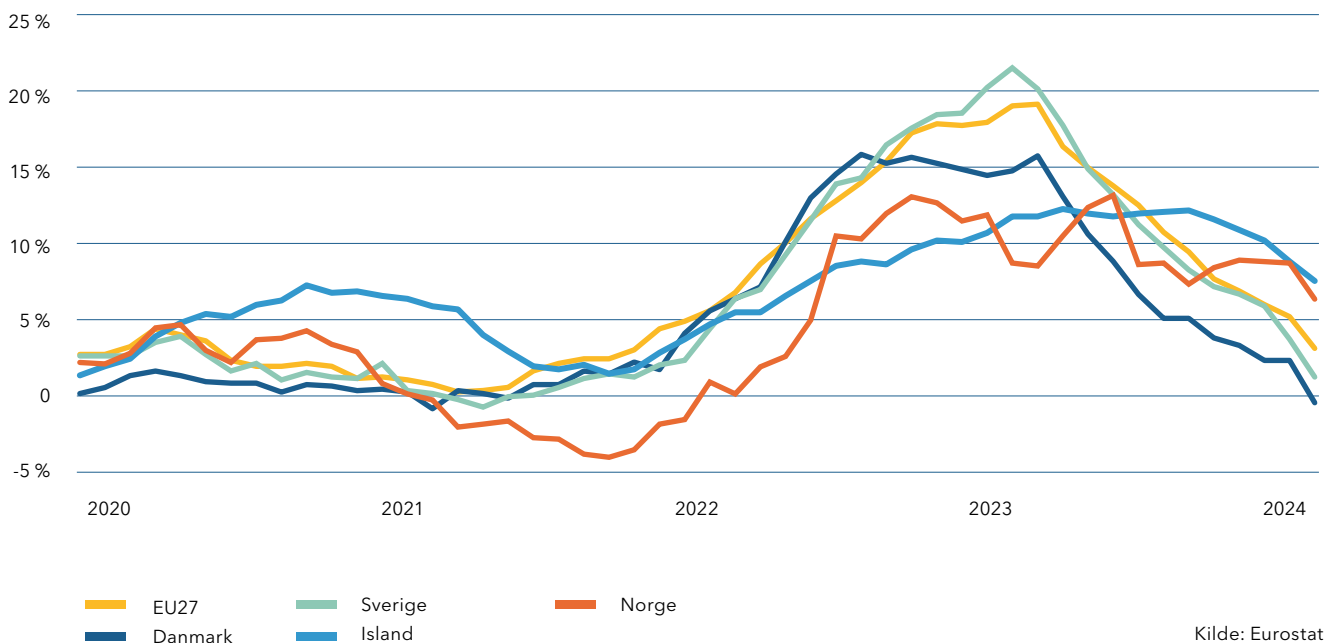
Kilde: SSB

Noen av årsakene til at grensehandelen ikke er tilbake på de nivåene man opplevde før pandemien kan være knyttet til både dyrtiden, svak norsk valutakurs og at SSB har tatt i bruk ny metode som grunnlag for beregning av grensehandelen. Den nye statistikken skal ifølge SSB være mer presis enn den gamle.

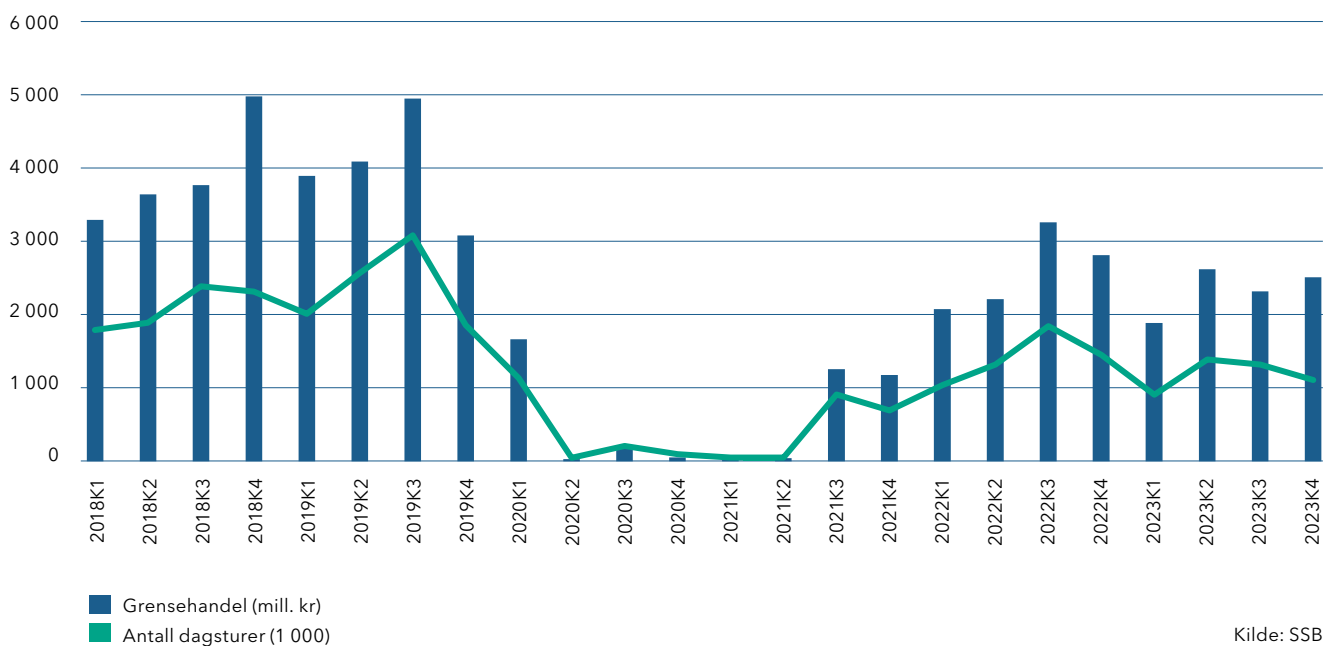
Når det kommer til hva nordmenn legger i handlekurven på grensehandel er tendensen klar, dagligvarer utgjør den største kategorien med i overkant 40 prosent. Høyt avgiftsbelagte varer som alkohol og snus/tobakk utgjør omtrent én fjerdedel av handlekurven. I tillegg er mineralvann og brus, og sjokolade og godteri kategorier som totalt sett utgjør flere hundre millioner kroner årlig. For mer detaljert beskrivelse av grensehandel og ytterligere statistikk, [se NHO Mat og Drikkes faktaark](#).



Figur 7: Harmonisert konsumprisindeks, matvarer og alkoholfrie drikkevarer, 12-måneders utvikling.

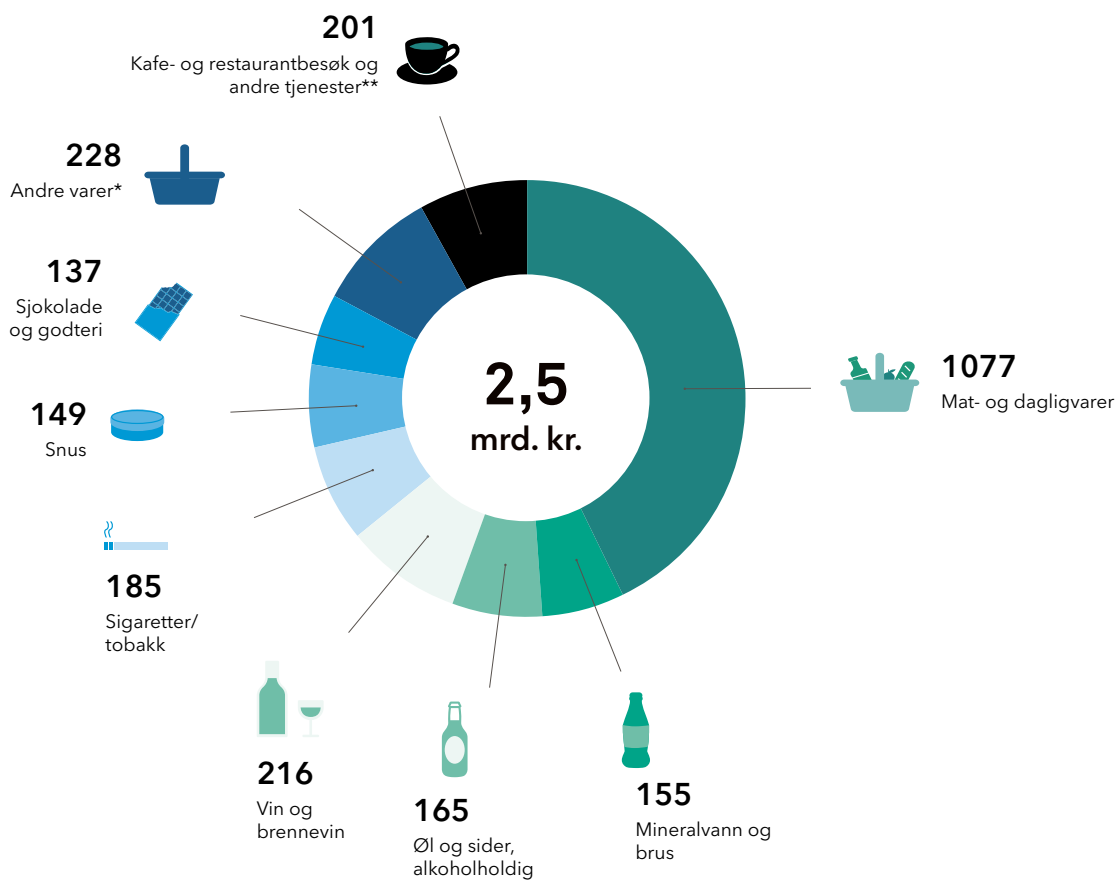


Figur 8: Grensehandel (mill. kr og antall dagsturer) per kvartal.\*

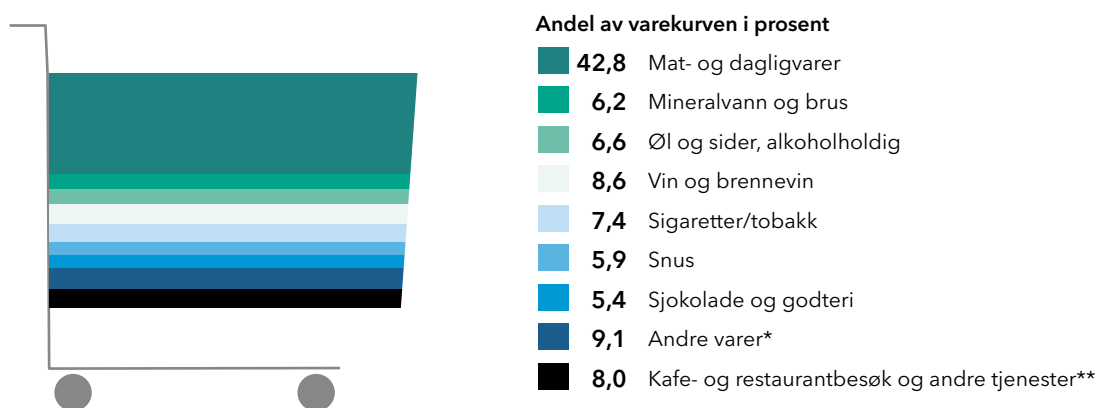


\* Fra og med 2023 er SSBs metode for innhenting av statistikk endret. Den nye metoden skal gi mer detaljert statistikk.

Figur 9a: Grensehandel fordelt på varekategorier, 4. kvartal 2023. Handlebeløp i mill. kr.



Figur 9b: Grensehandel fordelt på varekategorier i varekurven, 4. kvartal 2023.



\* Andre varer omfatter klær og sko, kosmetikk, hygiene- og apotekvarer, drivstoff og ikke spesifiserte varer.

\*\* Kafe- og restaurantbesøk og andre tjenester: Med andre tjenester menes ulike servicetilbud som for eksempel en frisørtime, en tannlege time, reparasjon eller service på bil.

Kilde: SSB

