

Examensarbete, Högskolan på Åland, Utbildningsprogrammet för  
Hospitality management

# **EKONOMISK INFLATION**

## **- Hur har köpare och säljare påverkats?**

Viktor Yonakhir, Ted Henriksson



2022:51

Datum för godkännande: 16.12.2022  
Handledare: Johan Sjölund

# EXAMENSARBETE

## Högskolan på Åland

<b>Utbildningsprogram:</b>	Hospitality management
<b>Författare:</b>	Viktor Yonakhir, Ted Henriksson
<b>Arbetets namn:</b>	Ekonomisk inflation - Hur har köpare och säljare påverkats?
<b>Handledare:</b>	Johan Sjölund
<b>Uppdragsgivare:</b>	

### Abstrakt

Vårt examensarbete handlar om den pågående ekonomiska inflationen. Syftet är att ta reda på hur köpare och säljare av livsmedel och produkter har påverkats av inflationen ekonomiskt. I vår teoridel står det om tidigare inflationer, samt hur centralbanker arbetar kring inflation. Vi har även jämfört Sverige och Finland med varandra där vi gått igenom försäljning och inköp av livsmedelsprodukter. Vi arbetar med både kvantitativ metod där vi skickar ut en enkät till konsumenter och kvalitativ metod genom en intervju med en leverantör inom livsmedel. Vi granskade resultaten av båda metoderna för att sedan skriva en slutdiskussion av hela arbetet. Resultatet av undersökningarna visar att individer har påverkats av den pågående inflationen, vilket resulterat i att samhället blivit försiktigare med sina pengar.

### Nyckelord (sökord)

Ekonomisk inflation, Livsmedel och produkter, Historia kring ekonomisk inflation

<b>Högskolans serienummer:</b>	<b>ISSN:</b>	<b>Språk:</b>	<b>Sidantal:</b>
2022:51	1458-1531	Svenska	58 sidor

<b>Inlämningsdatum:</b>	<b>Presentationsdatum:</b>	<b>Datum för godkännande:</b>
7.12.2022	16.12.2022	16.12.2022

# DEGREE THESIS

## Åland University of Applied Sciences

<b>Study program:</b>	Hospitality management
<b>Author:</b>	Viktor Yonakhir, Ted Henriksson
<b>Title:</b>	Economic Inflation - How Has It Affected Buyers and Sellers?
<b>Academic Supervisor:</b>	Johan Sjölund
<b>Technical Supervisor:</b>	

### Abstract

Our thesis is about the ongoing inflation. The purpose is to find out how customers and buyers of products and provisions have been affected by the economic inflation. In our theory part we write about previous economic inflation, as well as how central banks work around inflation. We have also compared Sweden and Finland with each other where we went through sales and purchases in the food industry. We worked with both quantitative method, through a survey to consumers and with a qualitative method through an interview with a supplier. We reviewed the results of both methods, and then we wrote a final discussion of the entire work. The results of the survey show that individuals have been affected by the ongoing inflation which has resulted in society becoming more careful with their money.

### Keywords

Economic inflation, Products and provisions, History about economic inflation

<b>Serial number:</b>	<b>ISSN:</b>	<b>Language:</b>	<b>Number of pages:</b>
2022:51	1458-1531	Swedish	58 pages

<b>Handed in:</b>	<b>Date of presentation:</b>	<b>Approved on:</b>
7.12.2022	16.12.2022	16.12.2022

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>1. INLEDNING</b>	<b>6</b>
1.1 Bakgrund	6
1.2 Syfte	7
1.3 Frågeställningar	7
1.4 Avgränsningar	7
<b>2. METOD</b>	<b>8</b>
2.1 Vad är kvantitativ forskning?	8
2.2 Schema av en forskningsprocess	8
2.3 Fördelar med kvantitativ forskning	9
2.4 Nackdelar med kvantitativ forskning	10
2.4.1 Urval	10
2.5 Vad är kvalitativ forskning?	10
2.6 Vad är fördelen med kvalitativ metod?	10
2.7 Svårigheter med kvalitativ metod	11
2.7.1 Urval	11
<b>3. TEORI</b>	<b>12</b>
3.1 Definition av begrepp	12
3.1.1 Innebörden av ekonomisk inflation	12
3.1.2 Rekommenderad inflationsränta	12
3.2 Historia kring ekonomisk inflation	13
3.2.1 Händelser som påverkat ekonomisk inflation under årens gång	13
3.2.2 Statistik av inflationen i procent sen 1980-2022	13
3.2.3 Statistik som visar hur produkter och tjänster förändrats i procent över åren	14
3.3 Öppning av ekonomin	14
3.3.1 Höjning av energipriserna och andra priser överlag	15
3.4 Vad europeiska centralbanken förväntade sig av inflationen under 2022	15
3.4.1 ECB:s tankar kring inflationen	16
3.5 Alla individer konsumerar olika	16
3.6 Försäljning och inköp av livsmedel	16
3.6.1 Försäljning av livsmedel i Sverige 2019	17
3.6.2 Försäljning av livsmedel i Sverige år 2020	17
3.6.3 Försäljning av livsmedel i Sverige år 2021	18
3.6.4 Försäljning och inköp av livsmedel på Åland	19
3.6.5 Försäljning och inköp av livsmedel i Finland	20
3.6.6 Likheter mellan Sverige och Finland	22

<b>4. EMPIRI</b>	<b>22</b>
4.1 Resultat av enkät	22
4.1.1 Ålder	23
4.1.2 Kön	23
4.1.3 Har du koll på vad begreppet ekonomisk inflation betyder?	24
4.1.4 Har du märkt av de höjda priserna på livsmedel?	24
4.1.5 Konsumerar du/ni lika mycket vid inköp av livsmedel, som du/ni gjorde innan inflationen började?	25
4.1.6 Har den nuvarande inflationen gjort dig mer uppmärksam på prisetiketterna vid inköp av livsmedel?	25
4.1.7 Konsumerar du/ni?	26
4.1.8 Om inget av ovanstående svarsalternativ passade skriv ditt svar här nedan	26
4.1.9 Vilket av följande svarsalternativ beskriver ditt inköp av livsmedel bäst nu under inflationen?	27
4.1.10 Om du klickade på att inget av ovanstående svarsalternativ passar skriv ditt svar här.	27
4.1.11 Har den nuvarande ekonomiska inflationen gett dig/er en större inblick i hur stor del av inkomsten som läggs på inköp av livsmedel?	28
4.1.12 Har du/ni blivit påverkad av den pågående ekonomiska inflationen, på vilket sätt i så fall?	28
4.2 Sammanfattning och analys av enkät	29
4.2.1 Sammanfattning av enkät	29
4.2.2 Analys av enkät	30
4.3 Intervju med leverantör ur säljarens perspektiv	33
4.3.1 Hur har ni påverkats av den pågående inflationen?	33
4.3.2 Har ni behövt planera om era inköp av livsmedel, i så fall på vilket sätt?	33
4.3.3 Har ni märkt av de höjda priserna på inköp av livsmedel, i så fall på vilket sätt?	33
4.3.4 Köper ni in i mindre mängder till varulagret i nuläget, för att sälja av de varulager man har så fort som möjligt?	34
4.3.5 Har ni märkt av förändringar hos kunderna vad gäller inköp, i så fall lämna några exempel?	34
4.3.6 Vad är din/era tankar kring inflationen i framtiden och vad det innebär för er som företag?	34
4.4 kort sammanfattning av intervjun	34
4.5 Validitet och reliabilitet	35
<b>5. SLUTDISKUSSION</b>	<b>36</b>
5.1 Förslag till vidare forskning	37
<b>KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING</b>	<b>38</b>
<b>BILAGOR</b>	<b>41</b>

# 1. INLEDNING

Området vi ska undersöka är ekonomisk inflation där vi kommer att begränsa oss till inköp av livsmedelsprodukter och försäljning av både livsmedel och produkter. Vi valde att skriva om detta ämne då vi lever med inflation idag och det har väckt ett intresse hos oss, till exempel Inflationens påverkan på inköp och försäljning av livsmedelsprodukter. En av oss (Viktor) driver en livsmedelsbutik och har märkt av de höjda priserna på livsmedel och även säljarens och köparens reaktioner på detta. Därför slog det oss att detta kan vara något intressant att undersöka samt skriva om.

## 1.1 Bakgrund

Tanken bakom att skriva om inflation kommer ifrån att människor idag uppmärksammat att man inte får ut samma värde av sina pengar som man gjorde förut. Inköpare som sköter ett visst inköp av olika varugrupper märker av att inköpriserna stigit. Butiksägarna och inköpare blir då tvungna att höja ut priserna till kund vilket resulterar i att kunden tycker att det blir för dyrt att göra sina inköp. Detta medför att hen blir mycket mer försiktig med att fylla varor i korgen. De dyra inköpriserna medför även att butikerna inte kan höja priserna allt för mycket. Detta påverkar alltså även deras marginaler.

Exempel på livsmedelsprodukter som ökat mest det senaste året (ses i tabell 1).

*Tabell 1 över livsmedelsprodukter som ökat i pris (Jönsson, 2022)*

<b>Produkt</b>	<b>Ökning i procent</b>
Vitkål	28 %
Kaffe	39 %
Mjök	24 %
Hårdost	25 %

## 1.2 Syfte

Syftet med detta arbete är att fördjupa oss i och undersöka hur det ser ut på marknaden mellan kunder och säljare inom livsmedelsbranschen. Arbetet kommer även ge oss en chans att undersöka om våra egna antaganden stämmer “att människor är försiktigare med sina pengar” utifrån säljarens perspektiv och att “varor och tjänster blir allt dyrare utifrån kundens perspektiv.”

## 1.3 Frågeställningar

- Vilka faktorer är det som orsakar att varor inom livsmedelsbranschen går upp i värde och pris?
- Hur reagerar säljare inom livsmedelsbranschen vid en prisökning?
- Hur reagerar köpare inom livsmedelsbranschen vid en prisökning?
- Hur påverkas samhället av prisökningarna inom livsmedelsbranschen?

## 1.4 Avgränsningar

Vi kommer att avgränsa oss till hur köpare och säljare inom livsmedelsbranschen påverkas av den pågående inflationen. Vi kommer inte att fördjupa oss i hur man kan gynnas av en hög inflation, vi kommer även inte att gå in på vad man kan göra för att minska en inflation etc.

## 2. METOD

Undersökningen bestod av en kvantitativ undersökning som omfattades av en enkät till köpare inom livsmedelsbranschen. Vi använde oss av den kvalitativa undersökningen som bestod av en intervju med en leverantör inom livsmedelsbranschen.

I enkäten använde vi oss av både kryssfrågor och frågor där man fick lämna en förklaring eller en kommentar. Vi utförde även intervju med en leverantör inom branschen för att få en djupare förståelse av inflationens påverkan på dagens marknad. I teorin använde vi oss av många artiklar från internet samt böcker för att hitta och jämföra fakta.

### 2.1 Vad är kvantitativ forskning?

Man använder kvantitativ forskning för att samla in data för både vetenskaplig och icke vetenskaplig forskning, där sedan syftet är att granska det undersökta området.

Undersökningsmetoden kan genomföras på olika sätt, men denna metod används ofta för enkelhetens skull, samt de låga kraven som metoden kräver (Soucek, n.d.)

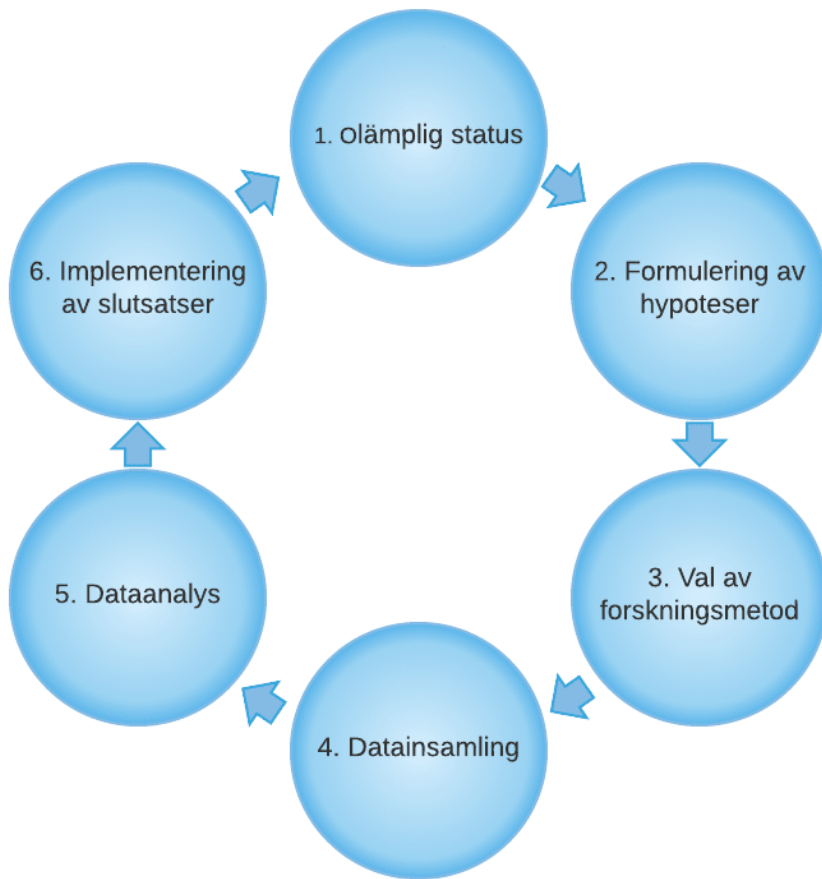
Kvantitativ forskningsmetod bygger på en datainsamling som riktar sig till en mängd respondenter. En större del av respondenterna svarar på frågorna via enkäter som sen behandlas och granskas statistiskt. Kvantitativ forskning relateras ofta till den kvalitativa forskningen. Följande frågor bör ställas för att välja rätt forskningsmetod (Soucek, n.d.):

- Vad är mitt forskningsföremål?
- Vem är forskningens målgrupp?
- Vad vill jag uppnå?
- Vad är min ståndpunkt?

### 2.2 Schema av en forskningsprocess

Nedan kommer en figur över hur en forskningsprocess kan se ut (ses i figur 1).





Figur 1 en figur om hur forskningsprocessen kan se ut (Soucek, n.d.)

Nedan kommer en lista med förklaringar gällande figur 1 forskningsprocessen (Soucek, n.d.):

1. Olämplig status - att man identifierar ett problem som man vill lösa.
2. Formulering av hypoteser - man försöker hitta lösning till det nuvarande problemet.
3. Val av forskningsmetod - målmedvetet urval av forskningsmetoder utifrån förutbestämda antaganden och forskningsfrågor.
4. Datainsamling - insamling av data från respondenter.
5. Dataanalys - bearbetning av den insamlade datan.
6. Implementering av slutsatser - upptäckten av nya fynd för att lösa problem som identifierats vid början av forskningen.

### 2.3 Fördelar med kvantitativ forskning

Vid en kvantitativ undersökning lämnar respondenterna respons, responsen samlas in och omvandlas till insamlad data. Utifrån den statistik av den insamlade datan från en kvantitativ undersökning, kan du nyttja den information för att få ett mer produktivt beslutfattande till

exempel: Punktlig planering, effektiv dialog med kunder osv. Kvantitativ undersökning beskrivs för att vara snabb, billig metod och hanterbar av privatpersoner (Soucek, n.d.).

## **2.4 Nackdelar med kvantitativ forskning**

Resultatet av en kvantitativ undersökning kan vara väldigt bred, metoden kan leda till att det som skall undersökas inte alltid blir möjligt att beskrivas i detalj. Forskaren kan missa viktiga egenskaper hos den valda urvalsgruppen, detta eftersom hen fokuserar på det specifika problemet och behöver inte ta hänsyn till dess större område (Soucek, n.d.).

### **2.4.1 Urval**

Målgruppen vi valde är personer som dagligen köper i livsmedelsbutiker. Enkäten skapades via Google formulär och skickades ut till de som tillhör högskolan på Åland. Enkäten skickades även ut till kunder som tillhör Tempo i Broddetorp, dessa representerar de dagliga kunderna i en livsmedelsbutik. Enkäten skickades ut via mail, publicerades på Facebook och delades även med personer runt omkring oss.

## **2.5 Vad är kvalitativ forskning?**

Kvalitativ data samlar in information som beskriver ett ämne snarare än att mäta det. Det kan till exempel vara intryck och åsikter. Kvalitativ forskning är strukturerad så här: Målet är att dyka djupt in i ett ämne för att lära sig om människors motiv, tankesätt och attityder. Detta ger en djupare förståelse för problemen, men gör det också svårt att analysera resultaten (*Intervju-Kvalitativ-Metod-Skapar-Storre-Forstaelse-Ok-Mall.pdf*, n.d.).

## **2.6 Vad är fördelen med kvalitativ metod?**

Man ska använda sig av den kvalitativa metoden när man vill förstå innebörden av något. Metoden är även bra när man vill lyssna till individer som har ideer de vill dela med sig av. Frågorna man ställer vid en intervju blir mer detaljerade och fördjupar sig i det valda ämnet.

När man vill ta reda på mer fakta än det som man redan känner till så behöver man ge sig ut och observera fenomen och för att sedan ta dem till sig (Eliasson, 2013, p. 21).

Kvalitativ metod ger en ökad kunskap som vi bör ta till oss av. Metoden hjälper en att fånga funderingar kring frågeställningen som man kanske inte tänkt på tidigare, samt få ut personlig information ur en människa som i andra fall kan vara svårt. Att ta del av andra människors perspektiv inom samma område kan lösa de problem som man undersöker. Det kan även skapa nya teorier (Eliasson, 2013, p. 27).

## **2.7 Svårigheter med kvalitativ metod**

“ Det svåra ligger i att höra även det som inte sägs rent ut, det som kanske bara någon enstaka person ger sig på att försöka förklara. Eftersom det är ovant eller svårt att prata om. Det svåra ligger också i att höra det som går tvärs emot de vi tro oss veta eller det vi vill höra. Kvalitativ metod handlar därför om att ha en inlyssnande och utforskande datainsamlingsmetod. Och en analysmetod som hjälper att hålla fokus på vår frågeställning, värdera alla utsagor lika och pussla ihop allt så vi får svar på våra funderingar”.

*(Intervju-Kvalitativ-Metod-Skapar-Storre-Forstaelse-Ok-Mall.pdf, n.d.)*

### **2.7.1 Urval**

Vi valde att hålla intervju med en leverantör som jobbar med inköp och försäljning av livsmedel. Intervjun är ur säljarens perspektiv. Vår frågeställning skickades ut till de berörda i förväg för att de skulle kunna förbereda sig på våra frågor. Intervjun hölls via telefon och via Google Meet.

## 3. TEORI

### 3.1 Definition av begrepp

#### 3.1.1 Innebörden av ekonomisk inflation

Begreppet inflation innebär en ökning av den allmänna prisnivån, vilket berör värdet av vad dina pengar kommer att räcka till (Eklund, 2020, p. 218). Inflationen leder till att pengar blir mindre värda. Man får alltså inte ut lika mycket i värde av de produkter och tjänster för samma mängd pengar som man gjorde före inflationen slog till. För att sammanfatta ekonomisk inflation kort så får man helt enkelt mindre kvar att leva på (Fregert, 2007, p. 7).

Inflation kan uppstå av många olika skäl. Ett utav skälen kan vara att nationens centralbank producerat ut för mycket sedlar, vilket leder till att penningmängden ökat för mycket (*Inflation, vad är det?*, n.d.). Ett annat exempel kan vara att utbudet är mindre än efterfrågan på varor och tjänster vilket medför till högre priser. Detta leder även till att produktionskostnaderna blir högre vilket ökar inflationen (Fregert, 2007, p. 10).

#### 3.1.2 Rekommenderad inflationsränta

Liksom många centralbanker runt om i världen är Riksbankens främsta skäl att sätta en inflationsmålsättning för att medföra prisstabilitet och genom detta skapa utgångspunkter för en gynnsam och varaktig ekonomisk tillväxt (*Var tid har sin inflation*, n.d.). Ett pålitligt inflationsmål fungerar som en riktpunkt för de förväntningar som finns i en ekonomisk inflation. Målet från Riksbanken är att hålla inflationen vid 2 procent per år (Fregert, 2007, p. 9). Även andra internationella banker som Bank of England och Bank of Japan har 2 procent som sitt inflationsmål (Eklund, 2020, p. 232).

Varför det är viktigt att inflationen är låg och stabil är på grund av att, om inflationen varierar mycket skapar detta negativa följder i samhället. 2 procent anses ge en större flexibilitet för penningpolitiken. Målet underlättar även rimliga justeringar av priser och löner (Riksbank, 2017) (Eklund, 2020, p. 233).

## 3.2 Historia kring ekonomisk inflation

Att inflation stiger är inget nytt. Under 1990-talet var prishöjningarna i ett liknande skede som idag, under 2000-talet var inflationen stabil kring 3 procent per år. I dagens samhälle är inflationen högre än vad konsumentprisindex (KPI) visar. Den aktuella nivån av inflation är idag högre än konsumentprisindex (KPI). Detta index väger samman hushållets utgifter för olika varugrupper som mat, kläder med mera (Eklund, 2020, p. 218).

I augusti 2022 var inflationen 9,0 % i Sverige respektive 7,6 % i Finland. Till exempel om man ser på elpriserna mellan december 2020 och december 2021 steg de med cirka 50 %. För att sedan under våren 2022 komma att bli ännu dyrare såsom de flesta andra produkter blivit (*Var tid har sin inflation*, n.d.) (Schauman, n.d.).

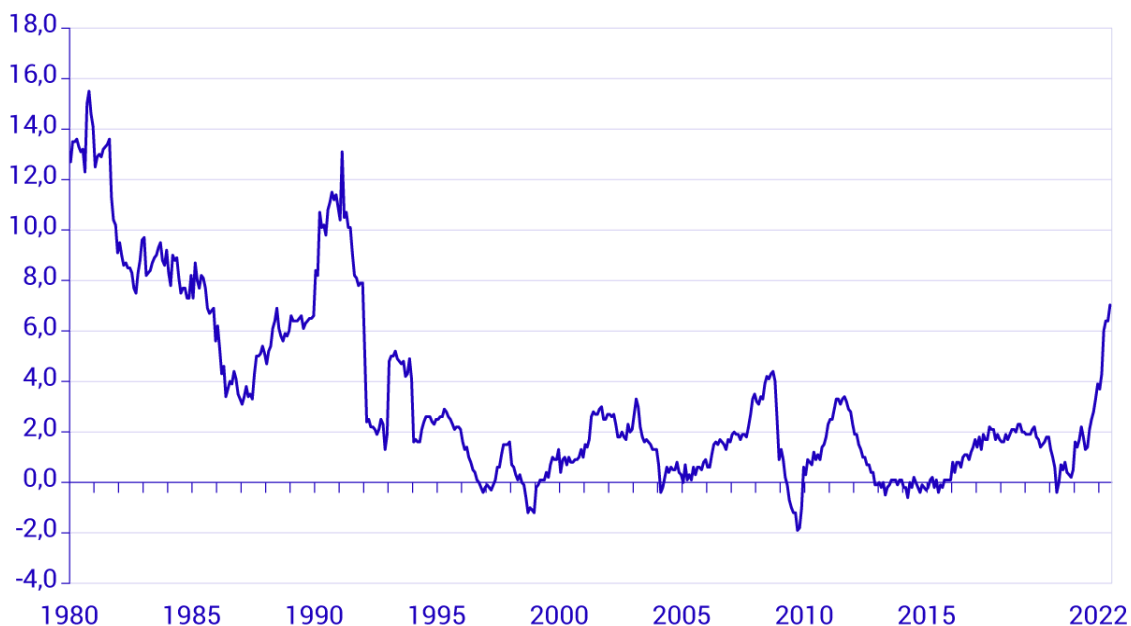
Pandemin och invasionen av Ukraina har varit starka skäl till det nuvarande ekonomiska läget. Även människan har stor påverkan på inflationen med tanke på att de tror att priserna kommer stiga mer i framtiden, där av konsumerar de mer än vanligt vilket i den stora helheten leder till större efterfrågan på marknaden. Varugrupperna som har mest påverkan på konsumtion är boende, livsmedel, transporter och kultur (*Var tid har sin inflation*, n.d.).

### 3.2.1 Händelser som påverkat ekonomisk inflation under årens gång

Blickar man tillbaka i tiden kan man hitta flera betydelsefulla händelser som påverkat hur ekonomin och inflationen sett ut. Några händelser som påverkat är IT-bubblan år 2000 i kombination med terrordådet i New York 2001, Lehman-kraschen år 2008 och “under procentmålen” från 2009-2021. Nedan i 3.2.2 kommer en figur över hur inflationen påverkats i procent genom årens gång. Nedan i 3.2.3 kommer även en figur över hur varor och tjänster förändrats i procent under åren (*Var tid har sin inflation*, n.d.).

### 3.2.2 Statistik av inflationen i procent sen 1980-2022

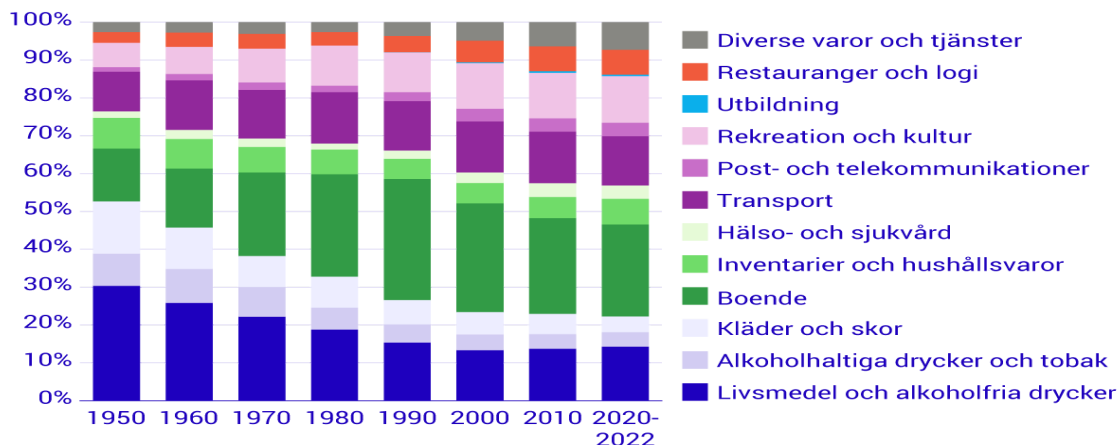
Nedan presenterar vi en sammanställning för hur inflationen har ändrats i procent sen 1980-2022 (ses i figur 2).



Figur 2 en figur över hur inflationen varit sen 1980-2022 (Var tid har sin inflation, n.d.)

### 3.2.3 Statistik som visar hur produkter och tjänster förändrats i procent över åren

Nedan presenterar vi en sammanställning av en figur över hur produkter och tjänster förändrats i procent under årens gång (ses i figur 3).



Figur 3 en figur över hur produkter och tjänster ändrats under årens gång (Var tid har sin inflation, n.d.)

### 3.3 Öppning av ekonomin

På grund av att restriktioner slopats ser man en stor förändring i ekonomin. Folk konsumerar helt enkelt mer än vanligt av de medel som de inte kunnat spendera under pandemin. Med tanke på att efterfrågan växer kan företagen höja på sina priser utan att tappa sin kundkrets. Detta är vad vi lever med idag men allt går inte i samma takt. Företagen har svårt att hålla

jämna steg med den snabbt växande efterfrågan eftersom de måste återuppbygga leveranskedjor som drabbats av pandemin. Svårigheter som brist på containrar gör att det blir svårare och dyrare att transportera varor. Ju längre denna svårighet kvarstår, desto mer sannolikt är det att företaget för över dessa kostnader på kunderna genom högre priser (European Central Bank, 2022).

Pandemin har lett till förändringar i hur människan lever och arbetar. De behov vi har i dagens hushåll har en större efterfrågan än vad man hade förväntat sig. När efterfrågan blir större än utbudet stiger priserna då det sker en stor förändring för företagen. På grund av denna obalans kommer det att ta tid tills man hittat en jämn balans mellan utbud och efterfrågan (European Central Bank, 2022).

### **3.3.1 Höjning av energipriserna och andra priser överlag**

Även inom områdena olja, gas och el har det blivit en större efterfrågan vilket lett till att priserna på dessa reserver stigit. Olja, gas och el är en stor kostnad för oss människor samt företag. Därför är det inte konstigt att dessa energireserver bidragit till hur inflationen ökat och ser ut som den gör idag. Energipriserna rör sig upp och ner då de påverkas av många faktorer. För att få en mer inblick i hur inflationen ligger till, jämför man den med hur priserna förändras år till år. När man jämför de höga befintliga priserna med de tidigare priserna så kommer skillnaden vara stor, detta resultat kallas för baseffekten (European Central Bank, 2022).

## **3.4 Vad europeiska centralbanken förväntade sig av inflationen under 2022**

Europeiska centralbanken (ECB) hade som förväntning att den nuvarande inflationen skulle sjunka under 2022. Alltså att utbudet sakta men säkert kommer ifatt efterfrågan, marknaden trodde på mindre elpriser under 2022. Med tanke på att pandemin var något vi i dagens samhälle inte hade upplevt blir även förbättringen annorlunda. Enligt ECB kan det komma att ta längre tid att ordna de brister som finns i leveranskedjan. Elpriserna kan komma att bli dyrare med tanke på den gröna hållbarheten (European Central Bank, 2022).

ECB kontrollerar även lönerna då dessa två hänger ihop, alltså priser och löner påverkas av varandra. Arbetare och fackförbund efterfrågar högre löner som täcker upp människans kostnader idag. Om man ökar lönerna mer och mer leder detta till att företagen tar ut sina kostnader med att öka på priserna mer och mer. Detta gör att vi då hamnar i en ond cirkel som ökar på inflationen ännu mer (European Central Bank, 2022).

### **3.4.1 ECB:s tankar kring inflationen**

Enligt Europeiska centralbanken anser de att penningpolitiken arbetar med en viss fördröjning, därför kan de inte påverka de kortsiktiga prishöjningarna. Att göra lån dyrare i en tid där människors och företags inkomster redan läggs på de höga energiräkningarna leder till att återhämtningen till en stabil ekonomi bromsas upp. De höga räntorna kommer inte att bidra till något bättre vad gäller fraktcontainrar som behövs för att leverera varor och produkter ut till samhället (European Central Bank, 2022).

## **3.5 Alla individer konsumerar olika**

Människor i samhället konsumerar på olika sätt. Den ena har större utgifter för bilar, medan den andra personen har större utgifter för sina livsmedel och den tredje personen åker kollektivt. När det genomförs en mätning av inflation så visar den på vilket sätt bostäderna spenderar sina vardagliga konsumtionsvaror. Bensin och livsmedel är två exempel på inköp som hushåll konsumerar och som beräknats med i mätningen av inflation (European Central Bank, 2022).

## **3.6 Försäljning och inköp av livsmedel**

I detta stycke kommer vi att analysera och jämföra försäljningen och inköpen av livsmedel från och till Finland, på Åland samt försäljningen i Sverige. Struktureringen av denna jämförelse kommer att bestå av att vi först analyserar Sverige, Finland och Åland var för sig och till sist tittar på eventuella likheter mellan Sverige och Finland (där Åland kommer att vara inkluderat i Finland).



### **3.6.1 Försäljning av livsmedel i Sverige 2019**

Vi kommer att granska åren 2019, 2020 och 2021 för att analysera hur försäljningen sett ut under dessa tre år i Sverige. Vi kommer inte att gå in på år 2022 då den statistiken inte finns tillgänglig i nuläget.

Försäljningen av livsmedel drog in 305 miljarder kronor under år 2019 vilket var en ökning med 9 miljarder kronor jämfört med 2018. Det motsvarar en uppgång på 3%. Dessa 3% delas in i att priset ökade med 2,8% och volymen ökade med 0,2% (*Ökad försäljning av livsmedel under 2019*, n.d.).

Under 2019 var det en hel del varugrupper som ökade, medan andra inte gjorde det. De som inte ökade var mjölk, ost, ägg och frukt. Den största ökningen skedde hos kaffe, te och choklad. Kaffe, te och choklad ökade med 13,6% totalt, och såldes för 8,5 miljarder kronor. Ökningen berodde inte på några prisökningar utan på grund av volymökning (Den totala försäljningen av livsmedel och drycker uppgick & procent., n.d.).

Om man jämför konfektyr med frukt och grönt så kan man se en ökning hos konfektyr under 2019 jämfört med 2018. Konfektyr ökade med 4,6%, grönsaker ökade med 2,1 % och frukt minskade med 0,5%. Försäljning av alkoholfria drycker ökade med 6,6% jämfört med år 2018. Denna ökning berodde dels på en ökad konsumtion samt att priserna ökade med 2,2% (Den totala försäljningen av livsmedel och drycker uppgick & procent., n.d.).

Per capita uppgick försäljningen av godis till 2387 kronor under 2019. Detta uppgick till en veckoförsäljning av 46 kronor per capita och var en ökning med 2 kronor per vecka jämfört med 2018. Jämför man detta med försäljningen av frukt så låg godiset högre då frukten hade en capita på 30 kronor per vecka. 2019 var oförändrad jämfört med 2018 (*Ökad försäljning av livsmedel under 2019*, n.d.).

### **3.6.2 Försäljning av livsmedel i Sverige år 2020**

Försäljningen av livsmedel drog in 325 miljarder kronor under 2020 vilket var en ökning med 20 miljarder kronor jämfört med 2019. Det motsvarar en ökning med 6,6%. Det är även den

största uppgången under 2000-talet. Detta berodde på att volymen ökade med 4,6% och att priserna steg med 1,9% (*Försäljning av livsmedel ökade kraftigt under 2020*, n.d.).

En varugrupp inom livsmedel och dryck som till exempel ökade under 2020 var alkoholhaltiga drycker med 13%. De som bidrog mest till denna ökning var bland annat spritdrycker med 20,8%, öl med 12,9% och vin med 10,5%. Volymen inom alkoholhaltiga drycker ökade med 11,7% och priserna steg med 1,2%. De varugrupper inom livsmedel och dryck som inte steg var exempelvis kaffe, te och choklad (*Försäljning av livsmedel ökade kraftigt under 2020*, n.d.).

Grupperna frukt och grönt ökade sin försäljning mer än vad konfektyr gjort under 2020 jämfört med 2019. Konfektyr ökade alltså med 1,1 % medan grönsaker ökade med 7,0 % och frukt ökade med 7,8 %. Försäljningen av alkoholfritt hade endast en ökning med 0,5% om man jämför detta med 2019, och detta berodde helt enkelt på de stigande priserna som stigit med 3,3 % och medförde att volymen sjunkit med 2,7% (*Försäljning av livsmedel ökade kraftigt under 2020*, n.d.).

Per capita uppgick försäljningen av godis till 2318 kronor under 2020. Detta uppgick till en veckoförsäljning av 45 kronor per capita och var en minskning med 1 kronor per vecka jämfört med 2019. Jämför man detta med försäljningen av frukt så låg godiset högre då frukten hade en capita på 31 kronor per vecka. Det är en ökning med 1 kr jämfört med 2019 (*Försäljning av livsmedel ökade kraftigt under 2020*, n.d.).

### **3.6.3 Försäljning av livsmedel i Sverige år 2021**

År 2021 drog in 334 miljarder kronor för försäljning av livsmedel och dryck, vilket var en ökning med 9 miljarder kronor jämfört med 2020 och en höjning med 2,9% till skillnad mot de första pandemi året 2020. Höjningen berodde på att volymen för livsmedel och dryck

ökade med 2,5% samt att priserna ökade med 0,4% (*Försäljning av livsmedel ökade under 2021, n.d.*).

2021 ökade konsumtionen av livsmedelsprodukter med 2,9%. Alkohol fria drycker hade en ökning med 7,9%, och inom varugruppen var den mesta ökningen med 8,0% hos mineralvatten, läskedrycker, frukt och grönsaksjuicer. Alkoholhaltiga drycker hade däremot en ökning med 3,9% och inom den gruppen ökade spritdrycker med 8,0%, vin med 3,1% och sedan öl med 2,7%. Volymen stod för 3,4%, medans det skett en ökning av priserna med 0,5%. Då alkohol fria drycker hade en ökning med 7,9% jämfört med 2020. Detta berodde på att volymen ökat med 5,4% och priserna med 2,4% (*Försäljning av livsmedel ökade under 2021, n.d.*).

Gruppen konfektyr ökade sin försäljning medan varugrupperna frukt och grönsaker minskade sin försäljning under året 2021. Konfektyr ökade alltså med 6,0%, medan grönt minskade med 0,1% och frukt med hela 2,1%. Däremot bakelser som ingår i varugruppen bröd och spannmålsprodukter hade en ökning med 11,5% jämfört med året innan, och jämför man detta lite kort med 2016 hade den en ökning med 28,9% (*Försäljning av livsmedel ökade under 2021, n.d.*).

Per capita uppgick försäljningen av godis till 2312 kronor under 2021. Detta uppgick till en veckoförsäljning av 44 kronor per capita och var en minskning med 1 kronor per vecka jämfört med 2020. Jämför man detta med försäljningen av frukt så låg godiset högre då frukten hade en capita på 31 kronor per vecka. Vilket är samma försäljning per capita som frukten låg på år 2020 (*Försäljning av livsmedel ökade under 2021, n.d.*).

### **3.6.4 Försäljning och inköp av livsmedel på Åland**

Restriktionerna kombinerat med corona pandemin har haft en stor påverkan på den åländska ekonomin samt utrikeshandeln under åren 2020-2021. Det syns dock en återväxt i utrikeshandeln. År 2021 köptes varor till Åland från utlandet till ett värde av drygt 406 miljoner euro, jämfört med år 2020 då det köptes varor för drygt 183 miljoner euro detta gav en ökning med 223 miljoner euro under 2021 jämfört med år 2020. Leveransen från Åland

var år 2021 värd ca 117 miljoner euro och året innan var leveransen värd 102 miljoner euro detta medförde en ökning med ca 15 miljoner euro om man jämför med året 2020.

Varuhandeln med utlandet gav alltså år 2021 ett handelsnetto på ca -289 miljoner euro medans det år 2020 endast gav ett handelsnetto på ca -81 miljoner euro (Karlsson, n.d.).

Om man tittar på den åländska konsumtionen har den alltså stigit med 7,4% i september 2022 i jämförelse med september 2021. I denna ökning var alltså livsmedelsprodukter en utav orsakerna till ökningen. Månaden innan augusti 2022 hade en ökning med 6,2%. Detta medförde alltså en ökning med 1,2% på endast en månad mellan augusti och september 2022. ÅSUB som är Ålands statistik- och utredningsbyrå noterar att ökningen på livsmedelsprodukter och alkoholfria drycker ökat med 2,1%, mellan augusti och september 2022 (Henriksson, n.d.).

Tittar man på de åländska livsmedelspriserna sedan januari 2022 så kan man se en ökning med 12,8% fram till idag. Enligt Sue Holmström som är vd för Ålands producentförbund säger hon så här “just nu känns det som att det skulle kunna vara en felfördelning någonstans eftersom priserna i butik ökar betydligt mer än det producenterna får”(Widing, n.d.).

### **3.6.5 Försäljning och inköp av livsmedel i Finland**

Värdet av de livsmedel som köptes in till Finland uppgick till cirka 5,5 miljarder euro under 2021. Detta var en ökning med 4% om man jämför med tidigare år 2020 orsaken till detta var ökad volym och prisökningar. Värdet på de livsmedel som levererats från Finland år 2021 uppgick däremot till 1,8 miljarder euro, vilket medförde en ökning med 3% jämfört med året innan. Även detta berodde på en ökad volym och prisökningar (*Utrikeshandel med jordbruksprodukter och livsmedel 2021*, n.d.).

De största varugrupperna av försäljning till Finland var livsmedel 25%. Drycker, konfektyr och tobak som tillsammans utgjorde 20%. Frukt, bär och grönsaker som tillsammans utgjorde 14%. De viktigaste varugrupperna när det kommer till försäljning i Finland är mejeriprodukter med 21%, förädlade livsmedel med 20% och drycker, konfektyr och tobak som tillsammans utgjorde 18%. Sverige stod för den största delen av inköpen från Finland

med ett värde upp till 0,37 miljarder euro av varor som till exempel godis och smör med mera (*Utrikeshandel med jordbruksprodukter och livsmedel 2021*, n.d.).

Här nedan kommer en jämförelse över hur försäljningen och inköpen av livsmedel och jordbruksprodukter såg ut i Finland augusti och maj 2022 jämfört med augusti och maj 2021. I maj 2022 levererades till Finland jordbruksprodukter och livsmedel till ett värde av cirka 0,62 miljarder euro och en försäljning från Finland till ett värde av cirka 0,20 miljarder euro. Inköpen medförde en ökning med 38% om man jämför med maj föregående år 2021. Därmed ökade även försäljningen med 28% under samma månad maj 2022, jämfört med samma månad föregående år maj 2021. Här kommer några varugrupper som sålts och köpts in som ökat under maj 2022 jämfört med maj 2021. Försäljning av mjölk och mejeriprodukter ökade med 25% och inköpen ökade med 13%. Försäljningen av kött ökade med 16% och inköpen ökade med hela 44% under maj 2022 jämfört med maj 2021. Försäljningen av grönsaker ökade med 17% medan inköpen minskade med 12% (*Utrikeshandel med jordbruksprodukter och livsmedel, 5/2022 (preliminär)*, n.d.).

I augusti 2022 levererades det livsmedelsprodukter till ett värde av 0,61 miljarder euro till Finland vilket motsvarar en ökning med 26% jämfört med augusti 2021. Leveransen från Finland i augusti 2022 hamnade på ett värde av 0,19 miljarder euro vilket var en ökning med 17% jämfört med augusti 2021. Här kommer några varugrupper som sålts och köpts in som ökat under augusti 2022 jämfört med augusti 2021. Mjök och mejeriprodukter +25% i inköpsvärde och försäljningsvärde +18%, alkoholdrycker +68% i inköpsvärde samt +22% i försäljningsvärde och grönsaker som minskade med -5% i inköpsvärde samt -48% i försäljningsvärde (*Utrikeshandel med jordbruksprodukter och livsmedel, 8/2022 (preliminär)*, n.d.).

Inom livsmedelsvarugrupperna färsk fisk, mjöl, spannmål, gryn, kaffe och ägg kan man se en prisökning med över 30%. Det misstänks även att priserna på varorna kommer att öka ännu mer, då produktionen av mat i Finland likt andra länder ökat betydligt snabbare än vad konsumentpriserna gjort. Tittar man på den senaste statistiken visar detta en ökning med

ungefär 21% mellan april 2022 och året innan april 2021. Detta är som sagt på grund av ökad volym och prisökningar (Häggman, 2022).

### 3.6.6 Likheter mellan Sverige och Finland

Sverige och Finland har båda haft en prisökning inom partihandel och livsmedelsbranschen. Detta har påverkat människorna i samhället på ett negativt sätt där man i nuläget på grund av den pågående inflationen blivit allt mer försiktigare med sina pengar. En annan likhet man kan se mellan dessa två är att summorna inom försäljning av livsmedel har ökat, främst på grund av prisökningar samt en ökning av volymen från år till år.

Exempel på vissa varugrupper inom livsmedelsbranschen som ökat i pris i Sverige och Finland är kaffe, ägg och mjöl etc. Nedan följer en kort tabell på de olika prisökningar i procent både i Sverige och Finland (ses i tabell 2).

*Tabell 2 en tabell över hur livsmedel ökat i pris i både Sverige och Finland (Jönsson, 2022) (Häggman, 2022)*

<b>Produkt</b>	<b>Finland</b>	<b>Sverige</b>
Kaffe	över 30%	39%
Ägg	över 30%	22%
Mjöl	över 30%	27%

## 4. EMPIRI

Vi avsåg med denna enkät att undersöka hur köpare av dagliga livsmedelsprodukter påverkats utav den pågående inflationen. Målet med enkäten var att nå ut till så många som möjligt därför skickades enkäten ut till både studerande och personal vid högskolan på Åland, enkäten publicerades även ut på Tempo i Broddetorps facebook sida samt skickades till släkt och vänner. Vi fick in totalt 124 svar från vår marknadsundersökning.

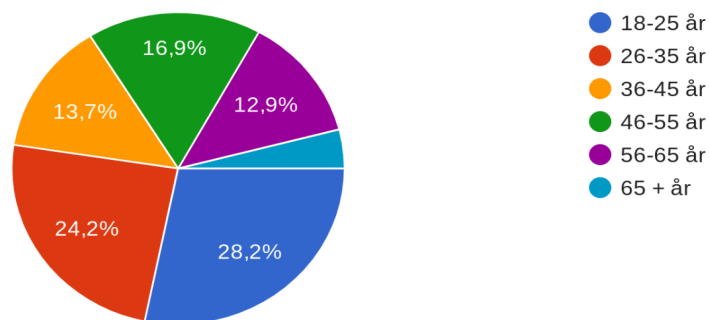
### 4.1 Resultat av enkät

Frågeformuläret skickades ut den 19.10.2022. Alla svaren som kommer redovisas i arbetet är mellan den 19 oktober till och med den 31 oktober 2022.

### 4.1.1 Ålder

Av 124 svarande var 28,2 % i åldersgruppen 18-25 år, 24,2 % som svarade var i åldersgruppen 26-35 år, 13,7 % var i åldersgruppen 36-45 år, 16,9 % var i åldersgruppen 46-55 år, 12,9 % som svarade var i åldersgruppen 56-65 år och 4 % var 65 + år.

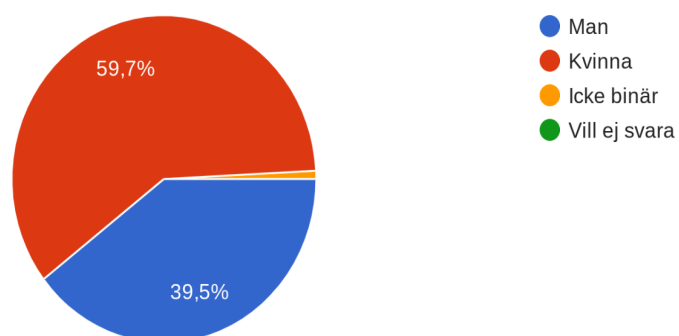
Ålder  
124 svar



### 4.1.2 Kön

Av 124 svarande bestod 59,7% av kvinnor, 39,5% bestod av män och 0,8% bestod av icke binära.

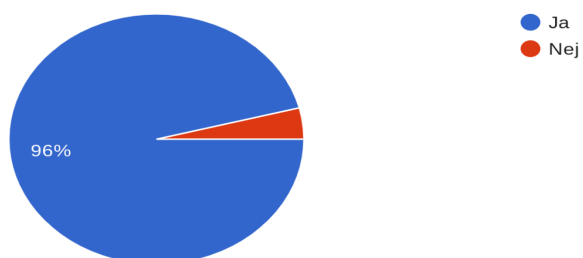
Kön  
124 svar



### 4.1.3 Har du koll på vad begreppet ekonomisk inflation betyder?

Utav 124 svarande hade 96% en uppfattning om vad begreppet ekonomisk inflation innebär och 4% hade ingen aning om vad ekonomisk inflation innebär.

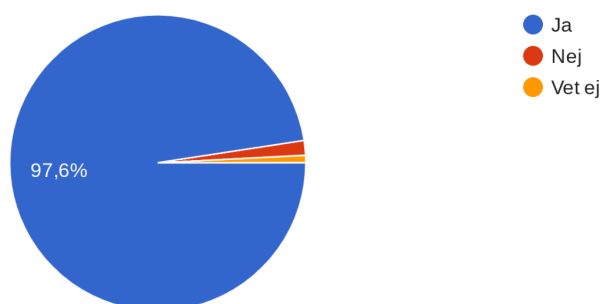
Har du koll på vad begreppet ekonomisk inflation betyder?  
124 svar



### 4.1.4 Har du märkt av de höjda priserna på livsmedel?

97,6% av 124 svarande hade märkt av de höjda priserna på livsmedel, medan 1,6% inte hade märkt någon skillnad på de höjda priserna och 0,8% visste inte om de hade märkt av de höjda priserna.

Har du märkt av de höjda priserna på livsmedel?  
124 svar



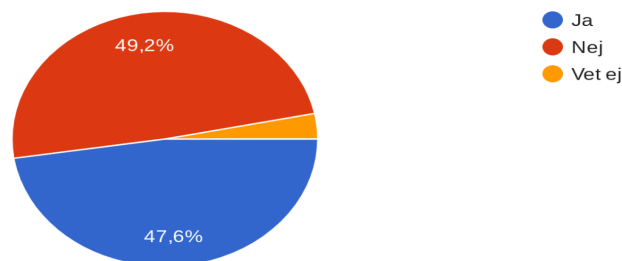


#### 4.1.5 Konsumerar du/ni lika mycket vid inköp av livsmedel, som du/ni gjorde innan inflationen började?

Av det 124 svaren som vi fick in svarade 49,2% nej att det inte konsumerar lika mycket som innan inflationen slog till, 47,6% svarade att de konsumerar på samma sätt som de gjorde innan inflationen började och 3,2% svarade att de inte vet.

Konsumerar du/ni lika mycket vid inköp av livsmedel i nuläget, som du/ni gjorde innan inflationen började?

124 svar

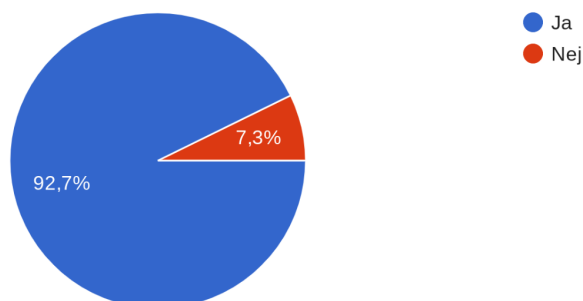


#### 4.1.6 Har den nuvarande inflationen gjort dig mer uppmärksam på prisetiketterna vid inköp av livsmedel?

Av de 124 svarande vi fått in svarade: 92,7% att inflationen gjort dem mer uppmärksamma på prisetiketterna, men 7,3% hade inte blivit mer uppmärksamma på prisetiketterna.

Har den nuvarande inflationen gjort dig mer uppmärksam på prisetiketterna vid inköp av livsmedel?

124 svar

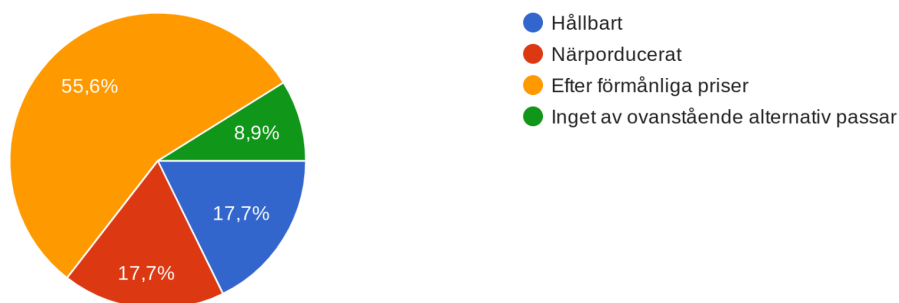


#### 4.1.7 Konsumerar du/ni?

Vi ställde frågan på vilket sätt de olika svaranden konsumerar. 55,6% svarade att de handlar efter förmånliga priser, 17,7% konsumerar närproducerat, 17,7% konsumerar hållbart och 8,9% svarade att inget av svarsalternativen passade dem.

Konsumerar du/ni?

124 svar



#### 4.1.8 Om inget av ovanstående svarsalternativ passade skriv ditt svar här nedan

I denna fråga gav vi svarande möjlighet att svara vilken metod som passade dem bäst att konsumera på, om inget av ovanstående alternativ passade dem.

Nedan framgår respondenternas egna kommentarer angående frågan 4.1.7:

De produkter vi föredrar/de som smakar bäst/är bäst för oss.

Det varierar- mycket närproducerat men ett bra pris går före.

Jag hade velat svara på flera alternativ, vilket formuläret inte tillät. Inga val i butiken är bara on-off.

Vi handlar en kombination av de tre första alternativen.

Anser att det är missvisande ifall man endast kan välja ett av alternativen. Valen man gör beror väl på flera kriterier och beror mycket på produkten. WC-papper köper man inte för att det är närproducerat och det finns t.ex. inte hållbara batterier.

En kombination av det ovanstående

Nej

Efter behag

Köper det jag vill ha men tänker istället på att ta bort onödiga produkter.

Varumärket

Ser på helheten, försöker alltid köpa det som är hållbart/lokalt men ibland måste tyvärr priset avgöra valet.

Så långt som möjligt närproducerat, men med ökade priser så blir det mer efter billigast möjligast.

En kombination av alla alternativ.

Ekologiskt

Skulle vilja kryssa i alla alternativ. Men priset har blivit viktigare nu.

En kombination av tidigare svar

Varierat av ovan

En blandning men nu mycket efter förmånliga priser.

Det jag verkligen behöver.

Hållbart och närproducerat.

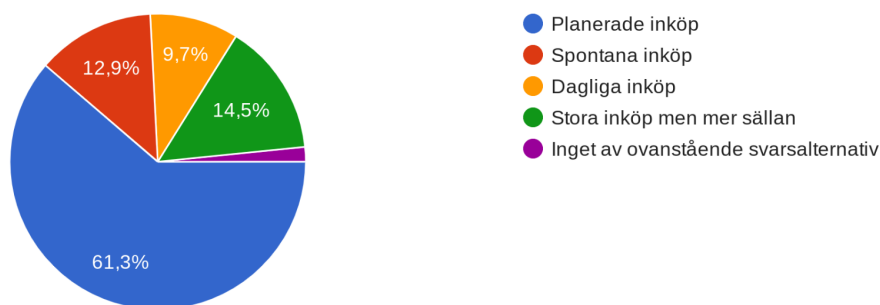
Både närproducerat och det som är billigt.

#### 4.1.9 Vilket av följande svarsalternativ beskriver ditt inköp av livsmedel bäst nu under inflationen?

61,3 % svarade att de använder sig av planerade inköp när de ska handla sina livsmedel, 12,9% använder sig av spontana inköp när de handlar sina livsmedel. 9,7% svarade att de använder sig av dagliga inköp när det kommer till inköp av livsmedel. 14,5% svarade att de använder sig av större inköp när de köper sina livsmedel och 1,6% svarade att de inte tyckte att alternativen passade dem så de fick lämna en kommentar på fråga 4.1.10 för att beskriva sitt behov bättre.

Vilket av följande svarsalternativ beskriver ditt inköp av livsmedel bäst nu under inflationen?

124 svar



#### 4.1.10 Om du klickade på att inget av ovanstående svarsalternativ passar skriv ditt svar här.

Nedan framgår respondenternas egna kommentarer angående frågan 4.1.9:

Som vanligt

Samma som vanligt. Det som behövs när det behövs. Det jag vill ha när jag vill ha det.  
Blandning av mindre inköp och större inköp.

#### **4.1.11 Har den nuvarande ekonomiska inflationen gett dig/er en större inblick i hur stor del av inkomsten som läggs på inköp av livsmedel?**

I denna fråga fick de 124 respondenterna lämna fria kommentarer och svar på om de upplevt att den pågående inflationen gett dem en större inblick till hur stor del av deras inkomst som läggs på inköp av livsmedel.

Nedan kommer vi att nämna några exempel utav dessa svar. Resterande svaren hittar ni under bilagor.

“ Ja det märks på kvittot att inköpen blivit dyrare”

“ Vi är rätt så ekonomiska sedan tidigare alltså ingen större förändring än så länge”

“Det man blivit medveten om är hur mycket basvaror såsom kaffe, mjöl, bröd stigit i pris därför går mera pengar till mat nu än tidigare. Man kan hålla utkik efter extrapriser, minska matsvinn ännu mera och baka eget bröd.”

“ Budgeterar mer för livsmedel”

#### **4.1.12 Har du/ni blivit påverkad av den pågående ekonomiska inflationen, på vilket sätt i så fall?**

I denna fråga fick de 124 respondenterna lämna fria kommentarer och svar på om de blivit påverkade av den pågående inflationen och på vilket sätt.

Här nedan kommer några exempel från de som svarade på frågan, resterande svar kan läsas under bilagor.

“ Studielånet räcker till mindre”

“Sämre köpkraft, begränsar köp till absolut nödvändigt och köper det som är absolut nödvändigt snabbt och i större mängd, särskilt om det finns eller är till ett rimligt pris, i morgon är det slut eller kostar mera.”

“ Yes, räntorna på bolån har stigit, och de kommer att stiga mera. Nu kan vi inte spara på

sidan lika mycket som förut till resor.”

“ Kommer inte ha råd att gå i pension”

“Med nya elpriser kommer vi under vintern säkert att handla mindre mat, eller planera bättre inköp”.

## **4.2 Sammanfattning och analys av enkät**

Först kommer vi att sammanfatta vår enkät och efter det kommer vi att analysera och jämföra åldersgrupperna 18-25, 36-45 och 65+ mot varandra utifrån hur de svarade på utvalda frågor från våran enkät. De utvalda frågorna var:

- Konsumerar du/ni?
- Vilket av följande svarsalternativ beskriver ditt inköp av livsmedel bäst nu under inflationen?
- Har den nuvarande ekonomiska inflationen gett dig/er en större inblick i hur stor del av inkomsten som läggs på inköp av livsmedel?
- Har du/ni blivit påverkad av den pågående ekonomiska inflationen, på vilket sätt isåfall?

### **4.2.1 Sammanfattning av enkät**

Svaren vi fick från våra respondenter gav oss perspektiv angående vår frågeställning. Svaren i en helhet var som vi hade förväntat oss exempelvis respondenterna har en uppfattning om begreppet inflation och dess innebörd. Om man utgår från våran enkät kan man se tydligt att respondenterna påverkas negativt av den nuvarande inflationen. Utifrån vår undersökning så kan vi se att åldersgrupperna var varierande och nästan jämt fördelade bland åldrarna. Största delen var åldersgruppen 18-25 med 28% och efter dem kom åldersgruppen 26-34 med 24%. Resterande åldersgrupper var jämt fördelat förutom 65 plus som endast låg på 4 %. Majoriteten som svarade på enkäten var kvinnor med 59,2%.

Vi kan konstatera att majoriteten av alla svaranden har märkt av de höjda priserna på livsmedel då 97,6% svarade ja och endast 2,4% svarade nej eller vet ej. Trots att de flesta märkt av de höjda priserna på livsmedel så konsumerar cirka 50% ändå lika mycket som de gjorde innan inflationen bröt ut. Eftersom 92,8% blivit mer uppmärksamma på prislappen kan man eventuellt koppla ihop det med att 56% handlar efter förmånliga priser. 60,8% svarade att de planerar sina inköp nu under inflationen. De andra svarsalternativen var jämt fördelade.

Vår undersökning visar att det är jämt fördelat mellan de som har uppfattat hur stor del av inkomsten som läggs på inköp av livsmedel. De som svarade ja på frågan har alltså på grund av den pågående inflationen fått en större inblick i hur mycket av inkomsten som läggs på livsmedel. Av de respondenter som svarade att de blivit påverkade av den pågående inflationen framgår det att köpare blivit mer försiktigare i vad dem lägger sina pengar på, exempelvis minskat på spontana inköp.

#### **4.2.2 Analys av enkät**

##### **Konsumerar du/ni?**

Åldersgruppen 18-25 år

35 respondenter

Där majoriteten 24 av 35 svarade att de konsumerar efter förmånliga priser.

Åldersgruppen 36-45 år

17 respondenter

Det var väldigt jämnt fördelat mellan förmånliga priser och närproducerat.

Åldersgruppen 65+

6 respondenter

Detta var den minst svarade respondent gruppen där majoriteten 3 av 6 svarade att de konsumerar efter förmånliga priser.

**Vilket av följande svarsalternativ beskriver ditt inköp av livsmedel bäst nu under inflationen?**

Åldersgruppen 18-25 år

35 respondenter

Där majoriteten 20 av 35 respondenter valde alternativet “planerade inköp”

Åldersgruppen 36-45 år

17 respondenter

Även i denna åldersgrupp valde majoriteten 10 av 17 “planerade inköp”

Åldersgruppen 65 +

6 respondenter

Alla respondenter svarade “planerade inköp”

**Har den nuvarande ekonomiska inflationen gett dig/er en större inblick i hur stor del av inkomsten som läggs på inköp av livsmedel?**

Åldersgruppen 18-25 år

35 respondenter

Majoriteten 27 av 35 i denna åldersgrupp har nu under den pågående inflationen blivit mer medvetna om hur stor del av inkomsten som läggs på inköp av livsmedel.

Åldersgruppen 36-45 år

17 respondenter

I denna åldersgrupp varierade det där vissa redan var medvetna sedan tidigare, och andra blivit mer medvetna under inflationen.

Åldersgruppen 65+

6 respondenter

I denna åldersgrupp hade majoriteten 4 av 6 svarat att de fått en uppfattning av hur mycket av inkomsten som går till livsmedel under inflationen.

**Har du/ni blivit påverkad av den pågående ekonomiska inflationen, på vilket sätt isåfall?**

Åldersgruppen 18-25 år

35 respondenter

Då denna enkät skickades ut till högskolan på Åland, var många utav respondenterna i denna åldersgrupp studerande och därför svarade majoriteten på grund av studiemedel så räcker inte pengarna till.

Åldersgruppen 36-45 år

17 respondenter

Majoriteten har blivit mer eftertänksamma med sina inkomster, då de flesta har familj att försörja blir kostnaderna mer än bara för sig själva.

Åldersgruppen 65+

6 respondenter

Redan innan den nuvarande inflationen har en del pensionärer haft svårt att få pengarna att räcka till. Nu säger majoriteten att det blir ännu svårare att få pengarna att räcka till.

För att sammanfatta dessa åldersgrupper kort, så var både 18-25 år och 65+ inne på att de konsumerar mer efter förmånliga priser medan åldersgruppen 36-45 år konsumerar mer varierat mellan både förmånligt men även närproducerat och hållbart. Alltså var alla åldersgrupper inne på förmånliga priser men dock var 36-45 år även inne på hållbart. Alla de tre berörda åldersgrupperna var inne på att de planerar sina inköp. Åldersgruppen 18-25 ansåg att de blivit mer medvetna om hur stor del av inkomsten som läggs på inköp av livsmedel medans de andra äldre åldersgrupperna redan var medvetna sedan innan.

Det som de olika åldersgrupperna har gemensamt är att de alla tre har påverkats av den pågående inflationen, dock på olika sätt. 18-25 år har för det mesta påverkats på grund utav att de lever på studiemedel som är för lågt för de nuvarande inköpriserna. Till skillnad från 36-45 år som eventuellt har en bättre inkomst än vad de studerande har dock har denna



åldersgrupp oftast mer än sig själva att försörja. Till sist har vi åldersgruppen 65 + som även de lever oftast på en låg inkomst, många tycker att pensionen är för låg, för att nu under inflationen bli värre för dem med tanke på de höjda priserna.

### **4.3 Intervju med leverantör ur säljarens perspektiv**

Vi har haft en intervju med ett företag som valt att hålla sig anonymt via telefon där vi i förväg planerat våra frågor. Leverantören fick svara på frågorna samtidigt som vi antecknade och slutligen sammanfattade frågorna. Företaget är ett stort svenskt leverantörsföretag inom livsmedelsbranschen. Tanken bakom intervjun var att få en djupare inblick till hur de har påverkats av den nuvarande inflationen. Svaren och frågorna från intervjun kan läsas här nedan.

#### **4.3.1 Hur har ni påverkats av den pågående inflationen?**

Kunderna har blivit mer eftertänksamma med priserna och planerar sina inköp. Det har lett till att de köper de billigare produkterna och väljer bort det dyrare sortimentet.

#### **4.3.2 Har ni behövt planera om era inköp av livsmedel, i så fall på vilket sätt?**

Leverantören svarade först “nej till att de inte behövt planera om deras inköp av livsmedel i nuläget”. Då vi ställt frågan mer tydligt en andra gång så svarade leverantören att på sätt och vis har de planerat om sina inköp med att köpa in mer utav det billigare sortimentet och minska på de dyrare sortimentet. Företaget förväntar sig även att det blir värre nästa år.

#### **4.3.3 Har ni märkt av de höjda priserna på inköp av livsmedel, i så fall på vilket sätt?**

Företaget har märkt av de höjda priserna med cirka 5%-10% av livsmedel i nuläget men de kan komma att stiga ännu mer.

#### **4.3.4 Köper ni in i mindre mängder till varulagret i nuläget, för att sälja av de varulager man har så fort som möjligt?**

Företaget kör samma mängd av inköp till sitt varulager som de gjorde innan inflationen startade. Dock köper de in mer av det billigare sortiment och mindre av det dyrare sortimentet.

#### **4.3.5 Har ni märkt av förändringar hos kunderna vad gäller inköp, i så fall lämna några exempel?**

Ett exempel som leverantören lämnade var att kunderna uppmärksammat rabatthäften som ligger ute bland hyllorna i butikerna. Leverantören inflikade även med att detta leder till mer försäljning.

#### **4.3.6 Vad är din/era tankar kring inflationen i framtiden och vad det innebär för er som företag?**

Företaget är inte så hårt drabbade som andra branscher eftersom folk alltid behöver köpa mat även under en inflation. De har planerat inför kommande 3-4 månader hur de ska köpa in de billigare sortimentet, som leverantören även nämnt tidigare så förväntar företaget sig att priserna kommer att stiga ännu mer än vad det redan gjort.

### **4.4 kort sammanfattning av intervjun**

I helhet tyckte vi att intervjun gick smidigt och flöt på bra. Vi fick svar på det som vi var ute efter men behövde ställa en hel del följdfrågor för att få en mer detaljerad fördjupning av våra frågor. Utav de 10 utskick vi gjorde var det endast ett företag som gick med på att hålla en anonym intervju via telefon. Vi hade förväntat oss att fler företag skulle ställa upp. Av det som framgick under intervjun så svarade leverantören att företaget blivit påverkade då de nu måste köpa in mer av det billigare sortimentet och att det även kommer gå mot ännu sämre tider framöver.

## 4.5 Validitet och reliabilitet

Vi anser att både enkäten och intervjun håller hög validitet då svaren från enkäten kommer från invånare som lever under den pågående inflationen och intervjun har varit med ett stort trovärdigt företag från Sverige. För att en undersökning ska ha hög reliabilitet så ska undersökningen kunna användas flera gånger och få samma resultat (Christensen et al., 2016, p. 286). Vi anser att reliabiliteten för denna inte skulle kunna ge samma resultat om man gör en ny undersökning i framtiden då samhället utvecklas hela tiden och respondenterna troligtvis inte är desamma.

## 5. SLUTDISKUSSION

Undersökningen har visat att under en inflation blir efterfrågan på livsmedelsprodukter större än utbudet. Detta leder till att varor inom livsmedelsbranschen går upp i värde och på grund av detta blir säljarna inom livsmedelsbranschen tvungna till att höja priserna. Inflation innebär en ökning av den allmänna prisnivån. Det leder till att man inte får ut lika mycket i värde av sina pengar, desto högre inflationen är desto lägre blir ens pengar värda. Detta medför även till att köpkraften minskar då konsumenter blir mer eftertänksamma med vad de lägger sina pengar på, konsekvenserna blir att köpare i samhället påverkas negativt av hög inflation.

Syftet bakom detta arbete var att undersöka hur den pågående inflationen har påverkat både de dagliga kunderna i livsmedelsbutiker samt att även ta reda på hur leverantörer och butiksägare av livsmedelsprodukter drabbas av inflationen. Att forska om detta ämne har varit väldigt givande där vi även har fått en fördjupning av inflationens innebörd. Efter undersökningen vi gjort har vi fått en inblick i hur inflationen kan påverka både företag och privatpersoner inom livsmedelsbranschen både ur ekonomiska och köpkrafts perspektiv.

Genom undersökningar vi gjort av olika grafer och de studier vi funnit via internet samt kurslitteratur, som vi tagit med i vår teoridel har det visat sig att inflationen varierat under årens gång. Inflationen har legat upp emot 16 procent och ända ner till minus 2 procent under årens gång. Det rekommenderade procentmålet från olika banker runt om i världen är att den ska ligga runt 2 procent. Alltså är detta inte första gången och förmodligen kanske inte den sista gången där inflationen förändrats under åren.

Avslutningsvis har vi noterat att de flesta verkar känna till begreppet inflation och dess innebörd. Därför avser vi efter denna forskning kring ämnet inflation att budgetering och planering av konsumtion, inköp samt utgifter alltid är bra att ta i beaktande gällande ekonomin för både företagare och privatpersoner.

## **5.1 Förslag till vidare forskning**

Då inflation är ett väldigt brett ämne behövde vi dra tydliga avgränsningar redan från början av arbetet. Det finns olika kategorier att forska kring när det kommer till inflation. Förslag som vi tänker att man skulle kunna forska vidare inom är exempelvis hur man som företagare eller privatperson skulle kunna gynnas av en inflation. En studie om hur centralbanker arbetar för att förebygga en inflation hade varit intressant att läsa.

# KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING

Christensen, L., Engdahl, N., Grääs, C., & Haglund, L. (2016). Marknadsundersökning-en handbok, upplaga 4: 1. *Lund: Studentlitteratur.*

Den totala försäljningen av livsmedel och drycker uppgick, P., & procent., 8. (n.d.). *I korta drag.*

Retrieved November 30, 2022, from

[https://www.scb.se/contentassets/ffff1b3803174aeb8e03a18a8ef6f0b4/ha0103\\_2019a01\\_sm\\_ha24sm2001.pdf](https://www.scb.se/contentassets/ffff1b3803174aeb8e03a18a8ef6f0b4/ha0103_2019a01_sm_ha24sm2001.pdf)

Eklund, K. (2020). *Vår ekonomi - En introduktion till världsekonomin.* Studentlitteratur AB.

Eliasson, A. (2013). Kvantitativ metod från början (3: 2). *Uppl. Lund: Studentlitteratur AB.*

European Central Bank. (2022). *Vad är inflation?*

[https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/explainers/tell-me-more/html/what\\_is\\_inflation.sv.html](https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/explainers/tell-me-more/html/what_is_inflation.sv.html)

*Försäljning av livsmedel ökade kraftigt under 2020.* (n.d.). Statistiska Centralbyrån. Retrieved

November 29, 2022, from

<https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/handel-med-varor-och-tjanster/inrikeshandel/livsmedelsforsaljning-fordelat-pa-varugrupper/pong/statistiknyhet/livsmedel-fordelat-pa-varugrupper-2020/>

*Försäljning av livsmedel ökade under 2021.* (n.d.). Statistiska Centralbyrån. Retrieved November 30,

2022, from

<https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/handel-med-varor-och-tjanster/inrikeshandel/livsmedelsforsaljning-fordelat-pa-varugrupper/pong/statistiknyhet/livsmedel-fordelat-pa-varugrupper-2021/>

Fregert, K. (2007). *Inflation.* SNS förlag.

Häggman, F. (2022, July 14). *Maten tio procent dyrare än vid årsskiftet.*

<https://www.hbl.fi/artikel/8e8adb22-a492-4e0b-9561-cc7ba41c2ca8>

Henriksson, M. (n.d.). *Priserna har stigit rekordmycket*. Priserna har stigit rekordmycket. Retrieved

November 30, 2022, from

<https://www.alandstidningen.ax/nyheter/priserna-har-stigit-rekordmycket>

*Inflation, vad är det?* (n.d.). Retrieved September 26, 2022, from

<https://www.swedbank.se/privat/en-battre-framtid/leva/vad-ar-inflation-.html>

*intervju-kvalitativ-metod-skapar-storre-forstaelse-ok-mall.pdf*. (n.d.).

<https://www.barnombudsmannen.se/globalassets/dokument/stod-och-verktyg/intervju-kvalitativ-metod-skapar-storre-forstaelse-ok-mall.pdf>

Jönsson, N. (2022, August 12). *Lista: Här är varorna som blivit dyrast i mataffären*. SVT Nyheter.

<https://www.svt.se/nyheter/inrikes/lista-har-ar-varorna-som-blivit-dyrast-i-mataffaren>

Karlsson, J. (n.d.). *handel\_2022\_1\_varuhandelsstatistik\_2021.pdf*.

[https://www.asub.ax/sites/default/files/statistics/handel\\_2022\\_1\\_varuhandelsstatistik\\_2021.pdf](https://www.asub.ax/sites/default/files/statistics/handel_2022_1_varuhandelsstatistik_2021.pdf)

*Ökad försäljning av livsmedel under 2019*. (n.d.). Statistiska Centralbyrån. Retrieved November 29,

2022, from

<https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/handel-med-varor-och-tjanster/inrikeshandel/livsmedelsforsaljning-fordelat-pa-varugrupper/pong/statistiknyhet/livsmedel-fordelat-pa-varugrupper-2019/>

Riksbank, S. (2017, December 6). *Inflationsmålet*. Sveriges Riksbank.

<https://www.riksbank.se/sv/penningpolitik/inflationsmalet/>

Schauman, P. (n.d.). *Inflationen i Finland var något lägre i augusti än i juli*. Retrieved October 13,

2022, from <https://svenska.yle.fi/a/7-10020647>

Soucek, M. (n.d.). *Kvantitativ forskning 1 - Inledning - Survio Blog*. Retrieved October 6, 2022, from

<https://www.survio.com/sv/blog/popular-series/kvantitativ-forskning-1-inledning>

*Utrikeshandel med jordbruksprodukter och livsmedel, 5/2022 (preliminär)*. (n.d.).

Naturresursinstitutet. Retrieved December 1, 2022, from

<https://www.luke.fi/sv/statistik/utrikeshandel-med-jordbruksprodukter-och-livsmedel/utrikeshandel>

el-med-jordbruksprodukter-och-livsmedel-52022-preliminar

*Utrikeshandel med jordbruksprodukter och livsmedel, 8/2022 (preliminär)*. (n.d.).

Naturresursinstitutet. Retrieved December 1, 2022, from

<https://www.luke.fi/sv/statistik/utrikeshandel-med-jordbruksprodukter-och-livsmedel/utrikeshandel-med-jordbruksprodukter-och-livsmedel-82022-preliminar>

el-med-jordbruksprodukter-och-livsmedel-82022-preliminar

*Utrikeshandel med jordbruksprodukter och livsmedel 2021*. (n.d.). Naturresursinstitutet.

<https://www.luke.fi/sv/statistik/utrikeshandel-med-jordbruksprodukter-och-livsmedel/utrikeshandel-med-jordbruksprodukter-och-livsmedel-2021>

el-med-jordbruksprodukter-och-livsmedel-2021

*Var tid har sin inflation*. (n.d.). Statistiska Centralbyrån. Retrieved October 6, 2022, from

<https://www.scb.se/hitta-statistik/redaktionellt/var-tid-har-sin-inflation/>

Widing, S. (n.d.). *Matpriserna har ökat med 13 procent i år*. Matpriserna har ökat med 13 procent i år.

Retrieved December 5, 2022, from

<https://www.alandstidningen.ax/nyheter/matpriserna-har-okat-13-procent-ar>



# BILAGOR

## Ekonomisk inflation

Hej!

Vi är två studerande vid högskolan på Åland, som nu går vår sista termin och skriver vårt examensarbete. Arbetet handlar om ekonomisk inflation där vi har valt att undersöka hur inflationen har påverkat säljaren och köparen av livsmedel/produkter. Besvara gärna våran enkät nedan och delta i vår undersökning inom detta ämne. Alla svar hanteras anonymt.

Tack för ditt deltagande!

Ålder \*

- 18-25 år
- 26-35 år
- 36-45 år
- 46-55 år
- 56-65 år
- 65 + år

Kön \*

- Man
- Kvinna
- Icke binär
- Vill ej svara

Har du koll på vad begreppet ekonomisk inflation betyder? \*

Ja

Nej

Har du märkt av de höjda priserna på livsmedel? \*

Ja

Nej

Vet ej

Konsumerar du/ni lika mycket vid inköp av livsmedel i nuläget, som du/ni gjorde innan inflationen började? \*

Ja

Nej

Vet ej

Har den nuvarande inflationen gjort dig mer uppmärksam på prisetiketterna vid inköp av livsmedel? \*

- Ja
- Nej

Konsumerar du/ni? \*

- Hållbart
- Närproducerat
- Efter förmånliga priser
- Inget av ovanstående alternativ passar

Om inget av ovanstående alternativ passade skriv ditt svar här nedan

Lång svarstext  
.....

Vilket av följande svarsalternativ beskriver ditt inköp av livsmedel bäst nu under inflationen? \*

- Planerade inköp
- Spontana inköp
- Dagliga inköp
- Stora inköp men mer sällan
- Inget av ovanstående svarsalternativ

Om du klickade på att inget av ovanstående svarsalternativ passar skriv ditt svar här.

Lång svarstext  
.....

Har den nuvarande ekonomiska inflationen gett dig/er en större inblick i hur stor del av inkomsten som läggs på inköp av livsmedel? \*

Lång svarstext

---

\*\*\*

Har du/ni blivit påverkad av den pågående ekonomiska inflationen, på vilket sätt i så fall? \*

Lång svarstext

---

Hej!

Vi är två studerande vid högskolan på Åland, som nu går vår sista termin och skriver vårt examensarbete. Arbetet handlar om ekonomisk inflation där vi har valt att undersöka hur inflationen har påverkat säljaren av livsmedelsprodukter. Besvara gärna våra frågor nedan och delta i vår undersökning inom detta ämne. Alla svar hanteras anonymt.

Tack för ditt deltagande!

Frågorna som skickades till intervjupersonen:

1. Hur har ni påverkats av den pågående inflationen?
2. Har ni behövt planera om era inköp av livsmedel, i så fall på vilket sätt?
3. Har ni märkt av de höjda priserna på inköp av livsmedel, i så fall på vilket sätt?
4. Köper ni in i mindre mängder till varulagret i nuläget, för att sälja av de varulager man har så fort som möjligt?
5. Har ni märkt av förändringar hos kunderna vad gäller inköp, i så fall lämna några exempel?
6. Vad är din/era tankar kring inflationen i framtiden och vad det innebär för er som företag?

#### 4.1.11 Har den nuvarande ekonomiska inflationen gett dig/er en större inblick i hur stor del av inkomsten som läggs på inköp av livsmedel?

I denna fråga så fick de 124 respondenterna lämna fria kommentarer och svar på om de upplevt att den pågående inflationen gett dem en större inblick till hur stor del av deras inkomst som läggs på inköp av livsmedel.

Har den nuvarande ekonomiska inflationen gett dig/er en större inblick i hur stor del av inkomsten som läggs på inköp av livsmedel?

Hade redan en uppfattning om det sedan tidigare.
Ja
Nej
Ca 400-500 euro i månaden.
Ja
ja
Nej, hade bra koll redan före.
Vi är rätt ekonomiska sedan tidigare så ingen större förändring än så länge.
Inte direkt.
ja
Nej, jag har haft koll på detta hela tiden.
Ja
Ja
Nej
Ja
I viss mån.

Jo
Kan inte påstå det
Ja
Nej
Ja
Nej tyvärr har jag ingen uppföljning.
Ja
Vi handlar nästan som förut, fast vi måste lägga ner mer pengar för samma varor.
Lite har den nog påverkat
Har ökat medvetenheten jo
Yes
Ja
Nej
Ja, det svider verkligen i plånboken att handla nu.
ja
Ja
Ja
Ja
Ja
Jag har länge "bokfört" alla mina kostnader, inkluderat livsmedel. Så jag är mycket medveten om vad livsmedel kostar.
Ja
Ja
Nej inte riktigt, hade rätt så bra koll före med.
Ja det har det gjorts.
Ja

Ja
Har alltid gjort en egen budget.
Ja
Ja alltså det märks på kvittot att inköpen blivit dyrare.
Ja man märker på kvitton att priser stiger mer och mer.
Nej
Nej jag måste ändå köpa det jag behöver.
Har haft ganska bra koll tidigare också, som studerande kan budgeten vara mycket liten så det gäller att planera.
Egentligen inte, hade en matbudget på 900/mån men har höjt den till 1050/mån så får vi se om det räcker. Vi är 4 personer i hushållet.
Nej, jag försöker ändå tänka till när jag handlar trots att jag inte följer upp vad vi lagt på livsmedel.
jo
Nej
Ja
Nej
Inte egentligen, har alltid koll.
Nej inte egentligen, har alltid planerat och gjort stora inköp varannan eller var tredje vecka - så har koll på min ekonomi och fördelning på olika inköps- och övriga ekonomiska poster.
Hade rätt bra koll innan men har fått tänka ännu mera på det nu.
Ja
Jag hade koll på min matbudget redan innan pga levt på hemvårdsstöd. Har sedan tidigare haft en summa för mat i månaden som jag hållit. Dock med stigande matpriser så har vi börjat se över om behovet av att öka budgeten trots samma mängd mat.
Samma som förut.



Det man blivit medveten om är hur mycket basvaror ökat i pris såsom kaffe, mjöl, bröd så jo- det går mera pengar till mat nu än tidigare. Å andra sidan kan man hålla utkik efter extrapriser, minska matsvinn ännu mera och baka eget bröd.
Nej
Budgeterar mer för livsmedel.
Ja
Ja absolut det har det gjort.
Nej, planerar lika mycket som tidigare.
Ja
Nej
Ja
Möjligen lite grann.
Nej
Nej
Nej
Ja
Nej, hade redan innan en ansträngd ekonomi så måste ha koll på utgifter och inkomster.
Ja
Ja, 100%
Nej
Nej, det är inget jag reflekterar över eftersom jag lever ensam och köper vad jag vill.
Nej
Ja kanske
Nej visste det redan innan då vårt huslån kräver att vi har kunskap i hela vår ekonomi.
Nej
Nej inte egentligen.

Ja
Ja helt och hållet
Ja
Nej
Ja
Ja
Nej
Har alltid haft bra koll men nu går en högre procent av lönen till mat eftersom lönen inte har ökat.
Nej
Nej , har alltid varit medveten om det.
Till viss del.
Nej
Ja
Nej
Nej det har det inte.
Ja, men också att kesko B aktier gick från 11€ till 37€ 2020-2021.
Nej
Ja
Nej
Ja
Ja något
Nej
Ja
Ja
Nej

Har alltid haft inblick, men nu måste man tänka ännu mer...
Ja
500-600€ i månaden.
Ja
Definitivt
Ja
Ja
10-20% av lönen går till livsmedel.
Ja
Nej, var medveten om detta innan också.
Ja
Nej, hade koll innan.
Nej, handlar precis som vanligt.
Ja

#### 4.1.12 Har du/ni blivit påverkad av den pågående ekonomiska inflationen, på vilket sätt i så fall?

I denna fråga så fick de 124 respondenterna lämna fria kommentarer och svar på om de blivit påverkade av den pågående inflationen och på vilket sätt.

Har du/ni blivit påverkad av den pågående ekonomiska inflationen, på vilket sätt i så fall?

Inte påverkad
Ja, större kostnader
Sämre köpkraft, begränsar köp till absolut nödvändigt och köper det som är absolut nödvändigt snabbt och i större mängd, särskilt om det finns eller är till ett rimligt pris, i morgon är det slut eller kostar mera.
Sjunker priser för studerande i hela stads o butiker.
Jag konsumerar mindre och mer planerat.
nej
Större utgifter
Elpriset höjs 3 x och tanken om hur det går framöver finns ofta med i tankarna.
Inte särskilt mycket. Bensinpriserna har drabbat värst. Kött och kaffe och många andra priser har stigit kraftigt. Då minskar man på inköp av det dyraste. märket kanske byter till förmånligare.
nej
Det är klart att det finns mindre pengar varje månad att spendera på icke-obligatoriska utgifter som resor och kultur.
Vi har varit mer sparsamma vid köp av kött och fisk.
Ja, mindre pengar kvar efter alla utgifter vilket resulterat i bland annat ändrade matvanor till

billigare alternativ, mindre användning av bilen, håller lägre temperatur inomhus.
Försiktigare med utgifter, tänker till lite mer innan köp.
Jag handlar mycket försiktigare och måste vara väldigt ekonomisk annars räcker inte pengarna till.
Kommer inte att ha råd att gå i pension vilket är beklagligt.
Är studerande=fattig.
Inte allt för mycket. Eventuellt tänker man lite mer på att inte göra onödiga inköp.
Ja, planerar noggrannare vad man köper och hur ofta.
Inte ekonomiskt, men finns en oro att det skall komma att kännas mer i framtiden.
Mer medveten vad man faktiskt lägger pengar på.
Ja på grund av höjda priser.
Ja jag har lagt upp budgetar och tänker efter mera noggrant när jag köper saker.
Inte egentligen, får vara mer noggrant med vad man handlar bara.
Man märker tydligt hur pengarna inte räcker till på samma sätt som förr.
Stress och oro om allt skall gå ihop ekonomiskt speciellt när man är studerande och redan har små marginaler.
Yes, räntorna på bolån har stigit, och de kommer att stiga mera. Nu kan vi inte spara åt sidan lika mycket som förut till resor. Med nya elpriser kommer vi under vintern säkert att handla mindre mat, eller planera bättre inköp.
Det är så dyrt
Nej
Ja, eftersom allt har blivit dyrare i vardagen men lönen är densamma. Det lyser också väldigt rött på aktiemarknaden just nu.
Ja, ekonomiskt. Dragit ner på alla kostnader som el och livsmedel, ställt av bil, dragit ner på abonnemang såsom spotify, streamingtjänster.
Dyrare att konsumera.

Nej
Ja
Ja
Marginalerna är ganska små och nu är det viktigare än någonsin att vara medveten om vart pengar går så att de räcker hela månaden. Spontanköp har minskat!
Ja, jag är mera sparsam o medveten om mina inköp.
Blir mer medveten om pengarna man lägger på livsmedel, väljer andra märken på varor bla, smör t.ex väljer jag inte bregott utan ett annat märke.
Nej, allting rullar nog mer eller mindre på som vanligt.
Nej det har jag inte blivit.
Ja
Kollar och planerar inköpet.
Inte så mycket men märker att slutsumman när man handlar är bra mycket högre idag än förut.
Allt är bara så dyrare.
Studielånet räcker till mindre.
Studielånet räcker till mindre.
Nej
Högre ränta på lån.
Som studerande tar det extra hårt på en, men har börjat extrajobba för att inte behöva stressa lika mycket med att få pengarna att räcka till varje månad.
Allt påverkas eftersom allt blir dyrare. Att fara på jobb kostar mer, att äta ute kostar massor (!) och när nödvändiga saker blir dyrare (el, mat, bensin, räntor) så håller jag hårdare i pengarna, unnar mig mindre och sparar så mycket jag bara kan.
Jag har blivit påverkad genom att tänka till innan tex inköp och jag försöker att inte köra bil i onödan.
jo

alla priser höjs och det påverkar ens vilja att handla och shoppa osv.
Jag blir mer vaksam när jag handlar eller slösar pengar.
Vet ej
Högre levnadskostnader inklusive transportkostnader.
Känner viss stress över elpriserna inför uppvärmning av fastighet nu i vinter.
Ja, pengarna räcker inte till lika mycket längre.
Ja
Än så länge har jag inte påverkats, men börjar förbereda mig för att omstrukturera budgeten.
Inte ännu.
Det är klart att det påverkar med höjda priser på livsmedel men större påverkan har höjda elpriser.
Diesel, bensin, mat och uppvärmning blir dyrare men lönen är densamma så jag tar pengar från sparkonton för att få det att gå ihop, och försöker spara in där det går, även på matinköp
Mer försiktig med utgifter.
Mindre pengar i plånboken.
Nej det har vi inte.
Inte direkt.
Går i princip endast +/-0 på CSN nu.
Större del av privatekonomin läggs på livsmedel än tidigare.
Mer uppmärksam och ekonomisk.
Bara det att allting kostar mycket mer än förut.
ja dyrare och sämre räntor.
Pengarna räcker inte till så mycket.
Höjda priser.
Inte riktigt.

Är ensamstående med två barn och sjukersättning som inkomst. Känner en stor oro för hur jag ska få det att gå ihop med tanke på den kommande vintern och elpriserna dessutom. Får söka socialbidrag om kostnaderna blir för höga.
Uppmärksamhet.
Nej
Ja mindre besparing.
Säkert men brukar inte tänka så mycket på matkostnader i långa loppet.
Färre spontanköp.
Nej
Barnen kan inte få det de vill ha. Blir ofta billig mat istället för bra mat, då pengarna inte räcker så långt man vill.
Avstår resande i större omfattning. Både längre o kortare resande.
köper billigare produkter.
Vi får leta mer efter det billigaste alternativet när vi handlar mat, och får avstå från att köpa vissa produkter som blivit för dyra.
Allt har blivit dyrt och känns som att ekonomin inte räcker till.
Dyrare. Mat, drivmedel, förbrukningsmaterial i hushållet.
Nej
Ja, allt har setts över, försöker minimera konsumtion för att betala höjda priser på boendekostnader, bränsle och livsmedel, det går kanske ett tag till men ohållbart i längden då löner tex inom vård och omsorg inte följer inflation. Utan i själva verket har en lägre lön idag.
Hög elräkning.
Tittar mer på priserna nu.
KÖPER INGA NYA KLÄDER.
Nej
Håller mig ajour om vad som händer och vid inköp titta mer på röda priser.



Handlar bara det nödvändiga.
Nej
Viktigt bra kvalitet men också prisvärt.
Nej
Man får planera lite mer & passa på när det är kampanjer eller stå över vissa vardagsvaror, tex ost.
En löneförhöjning på 16% försvann tack vare inflation på 6% och högre inkomstskatt.
Nej
Ja, tyvärr pengar räcker knappt till slutet av månaden om man lever bara på studiestöd, bostadsbidrag och lån. Maten blir bara dyrare, bensin och allt annat känns dyrt.
Mindre pengar över.
Fattigare.
Kollar priser på olika varor.
Ökade kostnader.
Ja. Man har behövt tänka efter mera vad som är värt att köpa och vad man ska välja bort. Köper specialkost då jag är Laktos och dom varorna var dyra redan tidigare.
Inte så farligt.. Ännu.
Nej
Alla är påverkade enligt mig. Dock vissa mer än andra.
Nej, inte än.
Inte än
Nej
Lite grann, mera pengar går åt till mat och bränsle, mindre kvar till annat helt enkelt.
Kollar och jämför priser på varor.
Kollar och planerar.
Bränsle

Absolut, svårt att få pengarna att räcka till när priserna för allt höjs i samhället men bidragen man får som studerande fortfarande är låga.

När allt blir dyrare i förhållande till inkomst så gäller det att se över hela ens livssituation och ta höjd för att det kan komma att bli ännu dyrare i framtiden.

Reallönen är lägre.

Mindre resor.

Ja det går mera pengar varje månad, för allt har ju ökat i pris.

Det går ut mera än det kommer in.