

Lär dig de viktigaste orden och uttrycken för att du ska kunna diskutera handel, priser och ekonomi

HANDEL,-N

UTBUD OCH EFTERFRÅGAN

en stor efterfrågan på produkten
åtgången på kaffe
utbudet av mobiltelefoner

UTRIKESHANDEL, -N

handel med bilar, bilhandel
handeln mellan Finland och Sverige
handelsbalansen är positiv/negativ
handeln med Kina är underbalanserad
e-handel
distanshandel

DISTRIBUTION

en distributör, -en, -er
leverans, -en, -er
leverer/a, -ar, -ade, - at
en leverantör, -en, -er
en underleverantör
partihandel, -n
en grossist, -en, -er
en partiaffär, -en, -er
ett partipris, -et, -er
detaljhandel, -n
en detaljist, -en, -er
dagligvaruhandel, -n
en dagligvar/a, -or
en dagligvaruaffär, -en, -er
ett dagligvarublock, -et, -
en affär, -en, -er
en affärskedja, -an, -or
handla/köpa i en affär/butik
en stormarknad, -en, -er
ett varuhus, -et, -, -en

LAGERHÅLLNING

ett lager, lagret, lager; ett buffertlager
lagra, magasinera
lagring, -en, mellanlagring

kauppa, kaupankäynti

KYSYNTÄ JA TARJONTA

tuotteen suuri kysyntä
kahvin menekki
matkapuhelinten tarjonta

ulkomaankauppa

kauppatase on yli-/alijäämäinen
kaupankäynti Kiinan kanssa on alijäämäinen
verkkokauppa
etäkauppa

jakelu
jakelija
toimitus
toimittaa
(tavarana)toimittaja
alihankkija
tukkukauppa
tukkukauppia
tukkuliike
tukkuhinta
vähittäiskauppa
vähittäismyyjä
päivittäistavarakauppa
päivittäistavara
päivittäistavaramyymälä
päivittäistavararyhmittymä
kauppa (myymälä)
kauppaketju

marketti
tavaratalo

varasto, puskurivarasto
varastoida
varastointi, välivarastointi

1. HANDELN ÄR SAMHÄLLET'S MOTOR

Visste du detta

1. om handeln i Finland:

- Det är den viktigaste branschen i Finland sett till antalet sysselsatta.
- Enligt den senaste statistiken sysselsätter den 310 000 personer och står för drygt 10 % av vår bruttonationalprodukt (BNP).
- Dess betydelse ökar märkbart då industrisamhället i allt högre grad omvandlas till tjänstesamhälle?

2. om handeln i Sverige:

- I dag (enligt statistik 25.5.2015) sysselsätter branschen totalt närmare 500 000 personer i butiker, i lager, som importörer och inom e-handeln samt har en andel på 11 % av BNP.
- Branschen betalar drygt 200 miljarder kronor i form av mervärdesskatt (moms), arbetsavgifter och andra skatter.

Källa: <http://www.svenskhandel.se/aktuellt-och-opinion/rapporter/handelns-betydelse-i-sverige/>

Handeln med varor och tjänster påverkas av och påverkar den nationella och globala ekonomin. Betydelsen av handeln med tjänster ökar. Inom varuhandeln anses speciellt dagligvarubranschen vara rätt okänslig för förändringar i samhället och därför betydelsefull som en stabiliserande faktor.

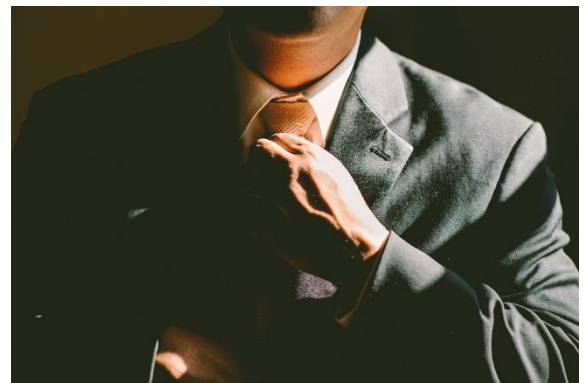
Flera aktörer, råvaruleverantörer, industrier och handelsföretag, är involverade i varu- och materialflödet. Handelsföretagen

indelas traditionellt i grossistföretag, som bedriver partihandel, och detaljistföretag, som bedriver detaljhandel. Grossisterna köper i större volymer av producenter för att sedan lagra och distribuera till företag. Detaljisterna i sin tur säljer enskilda varor direkt till slutkonsumenten i t.ex. butiker. Den tekniska utvecklingen har skapat nya affärskoncept och förskjutit gränserna mellan de olika aktörerna. I dag finns det t.ex. inköpsgrupper och helintegrerade kedjor där detaljister tagit sig an mellanledets, partihandelns, uppgifter inom inköp, lagerhållning och logistik.

År 2013¹ var omsättningen för partihandeln i Finland 65,3 miljarder och den största posten var bränslen. Detaljhandelns omsättning var betydligt mindre, men ändå 38 010 miljarder euro. Därtill kom bilhandeln, som är den största enskilda varugruppen. Försäljningen inom detaljhandeln har på 2000-talet vuxit betydligt snabbare än i Europa i genomsnitt, men den senaste tidens minskade köpkraft har inskränkt på försäljningen. Detaljhandeln omfattar dagligvaruhandel och sällanköpshandel. Sällanköpshandeln reagerar lättare på konjunktursvängningar, men även dagligvaruhandeln är i dag utsatt för konkurrens. I Sverige stod dagligvaruhandeln för 52 % av detaljhandelns försäljning 2014. (¹ Statistiken uppdateras vart femte år.)

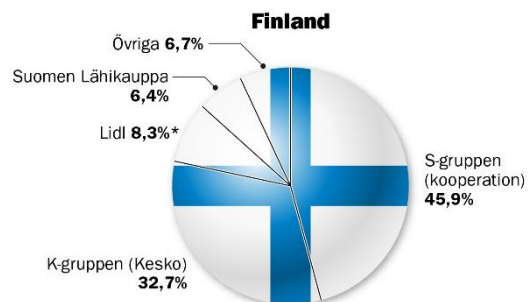
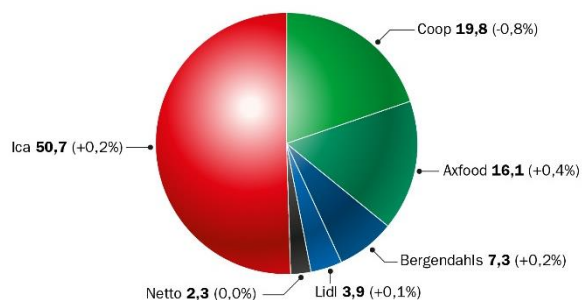
Källor:

- <http://www.handelsradet.nu/wp-content/uploads/2016/01/2015-Partihandelns-roll-i-vardekedjan-idag-och-imorgon.pdf>
- <http://www.hui.se/statistik-rapporter/index-och-barometrar/dhi>
- http://www.stat.fi/til/tkm/2013/tkm_2013_2015-04-29_tie_001_sv.html



Procentuell andel av försäljningen 2015.

Förändring i andelar jämfört med förra året inom parantes.



* Uppskattad siffra

Figur 1: Marknadsandelar inom dagligvaruhandeln

Källa: <http://www.delfi.se/wp-content/uploads/Dagligvarukartan-2016.pdf>

Uppgift 1. Diskutera utifrån figur 1:

- marknadsandelar inom dagligvaruhandeln i Finland och/eller Sverige 2015
- marknadskoncentrationen i Finland. Vilka för- och nackdelar ger en hög marknadskoncentration?
- betydelsen av t.ex. prissättning, ursprungs- och miljömärkningar, närproducerat, sortiment samt avstånd till affären för konsumtionen.
- framtidsutsikter, t.ex. även e-handelns och direkthandelns roll.

Uppgift 2. Bilda motsvarande substantiv och verb till de angivna orden och översätt dem till finska.

SUBSTANTIV		VERB
Abstrakter	Personord	
handel		
omsättning	-	
lagring	-	
	leverantör	
		förhandla
sysselsättning	-	
		distribuera
utbud	-	
		konkurrera
	-	fråga efter
	-	gå åt
verksamhet	-	
försäljning		
	producent	
konsumtion		
		köpa
	inköpare	

Uppgift 3. Jobba parvis. Välj någon produkt eller tjänst som ni ska sälja och köpa av varandra.

Köparen/kunden är antingen ett annat företag eller en person. Kunden är noggrann och ställer ingående frågor.

Vilka faktorer är relevanta för t.ex.

- a. en fastighet/en bostad
- b. ett bostadslån
- c. ett aktieportfölj
- d. en bil

OBS! För varor ska ni också ta upp annat än produktens egenskaper, t.ex. då kvantitet, garantier, betalnings- och leveransvillkor.

Egna märkesvaror – EMV

Egna märkesvaror kallas produkter som detaljhandeln säljer under eget varumärke, men inte tillverkar själva. De låter istället en leverantör tillverka varorna åt dem.

EMV förekommer främst i specialbutiker som Hennes & Mauritz och Ikea, men har under de senaste tio åren tagit en allt större plats i dagligvaruhandeln.

Några fördelar med EMV för distributören är:

- större frihet och flexibilitet vad gäller prissättning.
- större marginaler vilket ger högre vinst.
- möjligheten att skapa prispress på icke EMV-varor.
- att man slipper betala för producentens marknadsföringskostnader.
- möjlighet till större kontroll över produkters egenskaper och kvalitet.

Uppgift 4. Diskutera.

1. Vad tycker du om matpriserna i dag i Finland jämfört med andra länder?
2. Vilka matvaror tycker du är billiga respektive dyra?
3. Tycker du att det är möjligt att påverka konsumtionen av godis eller läsk genom skatteändringar?
4. Vad vet du om mervärdesskatten (moms) på olika produkter?
5. Tycker du att det borde finnas flera lågpriskedjor i Finland?
6. Kan man prata om någon matkartell i Finland?
7. Förklara begreppet EMV och ge egna exempel.
8. Många menar att det ökade utbudet av egna märkesvaror tränger ut de mindre tillverkarna från marknaden och att det således inte leder till ökad konkurrens. Vad tycker du?



Uppgift 5. Tolka till svenska.

1. Päivittäistuotteiden kysyntä on korkea.
2. Miten suuri oli päivittäistavarakaupan osuus vähittäiskaupasta?
3. Kilpailu on kiristynyt kaupan alalla.
4. Hintaan lisätään alv.
5. Eräs suuri päivittäistavaraketju myy tuotteita huomattavasti muita halvemmalla.
6. Tämä on päivän paras hintatarjous.
7. Alhaiset hinnat houkuttelevat asiakkaita.
8. Korkeammat hinnat pakottavat asiakkaan harkitsemaan ostopäätöstään.
9. Toimitukset tapahtuvat sopimuksen mukaan.

2. TEKNIKSKIFTET OCH TRENDER



Fakta om internetanvändningen i Finland år 2015:

- 87 procent av 16–89-åringar använde internet varje dag och 68 procent använde internet flera gånger per dag.
- 29 procent använde internet på pekdator också utanför hemmet och arbetsplatsen.
- Nästan hälften av befolkningen gjorde inköp via internet. Andelen var densamma som året innan.

Källa: Statistikcentralen:

http://www.stat.fi/til/sutivi/2015/sutivi_2015-11-26_tie_001_sv.html

- att e-handla, näthandla, nätshoppa
- handla/köpa på/via/över nätet/surfa på nätet
- handla i en webbutik/webbaffär/webbshop
- köpa/shoppa online



Uppgift 6. Diskutera.

1. Hurdana erfarenheter har du av att handla på nätet?
2. Vilka för- och nackdelar finns det?
3. Vilka varor eller branscher tycker du lämpar sig/inte lämpar sig för näthandel? Varför?
4. Hur vill du få dina e-handlade varor levererade?
5. Hurdana erfarenheter har du av att returnera varor som du har köpt på nätet?

E-handeln i Finland

Tillväxten inom e-handeln är god. Under de senaste fem åren har näthandeln i Finland vuxit med nästan en femtedel, även om den på sistone tycks ha stagnerat. Enligt färsk konsumentstatistik handlade finländarna 2015 för närmare 10 miljarder euro/på nätet. Långt över en miljon finländare köper något på nätet varje månad.

Samtidigt som **näthandeln ökar, förändras den**. År 2015 stod handeln med tjänster för 54 %, varuhandeln för 45 % och handeln med innehåll för 1 % av all e-handel i Finland.

I fråga om varukategorierna liknar de nordiska länderna varandra. Det är framför allt elektronik, kläder och skor samt böcker och media som lockar till köp på nätet. Speciellt i Finland köps även bilar och t.o.m. bostäder. Samma trend är synlig i Sverige. Livsmedelshandeln har vuxit mycket i procent men är fortfarande ganska låg internationellt sett.

Vilka faktorer påverkar

Konsumenternas beteende påverkas även av köpkanalernas tillgänglighet och användarvänlighet. Konsumenterna utgår i allt högre grad från att den digitala köpupplevelsen ska vara kundvänlig.

Även om ca en femtedel av finländarna e-handlar minst en gång årligen och 18 % en gång i månaden eller oftare, är finländarna inte riktigt lika ivriga att handla på nätet som de övriga nordborna. Till och med en femtedel handlar inte ens årligen eller aldrig på nätet. Å andra sidan handlar finländska liksom norska konsumenter mera på den globala digitala marknaden än andra nordbor: nästan hälften av e-handeln i Finland är utrikeshandel. Utländska nätaffärer kan delvis konkurrera med ett sortiment som inte finns i Finland, men också med lägre priser.

Källa: <https://www.iis.se/docs/E-handeln-i-Norden-2016-SE.pdf>

Uppgift 7. Tolka till svenska

1. Vuonna 2015 verkkokaupan liikevaihto oli 50 miljardia kruunua.
2. Ostetuimmat tavarat olivat kotielektroniikka ja vaatteet.
3. Elintarvikkeiden kysyntä nousi eniten, kokonaiset 40 %.
4. Jotta asiakas tekisi ostoksen netissä, tulee sivun olla helposti saavutettavissa ja käyttäjystävällinen.
5. Joka viides suomalainen on tehnyt jonkin ostoksen verkkokaupassa viime vuonna.
6. Suomalaiset eivät kuitenkaan ole yhtä kiinnostuneita verkkokaupoista kuin muut pohjoismaalaiset.
7. Melkein puolet suomalaisten verkko-ostoksista tehdään ulkomaisissa verkkokaupoissa.



3. HÅLLBAR KONSUMTION

Ulf Tillander, som är global detaljhandelsexpert på affärssystemföretaget IFS Marian Salzman, och chef för en av USAs mest inflytelserika PR-byråer, påpekade tidigare i år på Retail-konferensen NRF i New York att hållbarhet är en av de stora trenderna som påverkar konsumentmarknadens återförsäljare.

Ulf Tillanders gästblogg på Dagens handel 12.5.2016 riktad till dagens återförsäljare:

Detaljhandeln behöver ta helhetsgrepp om hållbarhet Konsumenter förväntar sig idag ofta fullständig insyn i hur deras varor och tjänster produceras och distribueras. Vad innebär det för den moderna återförsäljaren? En viktig konsekvens är att du måste kunna spåra och dokumentera produkternas väg genom försörjningskedjan för att kunna ge kunderna den insyn de kräver.

På IFS arbetar vi med Retail-kunder som Systembolaget, Rusta och Stadium, som använder IFS affärssystem. Nu ser vi att alla återförsäljare, oavsett inriktning, allt oftare betraktar hållbarhet som en konkurrensfaktor och att de vill integrera hållbarhetsarbetet med affärsprocesserna.

Så var fokuserar moderna återförsäljare sitt miljöarbete i dag? Enligt RILA's 215 RetailSustainability Management Report, prioriteras ofta de områden där detaljhandeln har direktkontroll, och därmed lättare kan genomföra och följa effekten av hållbarhet. Exempel är att minska energi- och vattenförbrukning och avfall i detaljhandeln, samt styra avfallshanteringen i den fysiska infrastrukturen och tillsammans med sina produktleverantörer. Det blir också allt viktigare att minska bränsleförbrukningen i samband med varutransporter.

Men den största miljöbelastningen ligger i produktionen av de varor som säljs, och det har återförsäljare ofta svårt att kontrollera. Detaljhandelsföretag arbetar visserligen mycket med kvalitetskontroller och fabriksbesök, men de har svårt att följa vad som händer i det dagliga arbetet hos underleverantören.

Den stora förbättringspotentialen finns i hanteringen av den fullständiga livscykeln för produkter, från inledande design, till tillverkning, transport och försäljning. Här har IT-företag en



viktig roll i att hjälpa detaljhandlare att få kontroll. Genom att integrera programvara för miljömässig regel efterlevnad med processer i affärssystemet, går det att länka miljöpåverkan till affärsprocesserna, och därmed mäta avtrycket på miljön och dessutom se hur det påverkar lönsamheten. Det innebär bland annat att man övervakar maskinerna i realtid. Då går det att spåra sådant som energi och vattenförbrukning och förekomst av kemikalier i processen. Öppenhet och spårbarhet i försörjningskedjan spelar en oerhört viktig roll för att kunna utbyta data både internt och med samarbetspartner.

Återförsäljare som H&M och Body Shop har tagit hållbarhetsarbetet till nästa nivå och är "ledare" inom detta område, engagerar konsumenterna och hjälper dem att förstå den fulla miljöeffekten av sina inköp. Eftersom mer än 75 procent av detaljhandeln uppger hållbarhet som en källa till innovation och över 50 procent ser det som en väg in på nya marknader, kommer vi att se fler ledare växa fram inom detaljhandeln i takt med att allt fler företag ser hållbarhet som ett sätt att uppnå en konkurrensfördel.

För att gå tillbaka till frågan om öppenhet och spårbarhet, hur ser du själv till att du har en hållbar insyn i hela försörjningskedjan? I dag finns de tekniska möjligheterna att genomlys hela processen, att göra rätt förbättringar och att ge bra svar på konsumenternas frågor.

Källa:

<https://dagenshandel.wordpress.com/2016/05/12/detaljhandeln-behover-ta-helhetsgrepp-om-hallbarhet/>

Uppgift 8. Studera texten så att du kan diskutera följande frågor:

1. Vilken är enligt texten drivkraften bakom återförsäljares satsningar på miljömedvetna val?
2. Varför det är viktigt att återförsäljare har kontroll över produkters livscykel?
3. Vad innebär det att ha kontroll?
4. Hur borde återförsäljarna integrera hållbarheten i sin strategi?
5. Vilka konkreta områden har återförsäljarna nu bäst kontroll över?
6. Vilket enskilt led i försörjningskedjan är den största utmaningen för återförsäljare och varför?
7. Hurdan är återförsäljarnas helhetsuppfattning av den fullständiga livscykeln för produkter enligt författaren?
8. Med vilka hjälpmedel kan den förbättras och hur?
9. Vad gör H&M och Body shop för att vara "ledare inom hållbarhet"?
10. Varför tror författaren att allt flera detaljister kommer att satsa på hållbarhet?
11. Hur viktig är hållbarhetsaspekten för dig när du handlar?



Uppgift 9. Studera närmare hur något företag marknadsför sin hållbarhetsstrategi.

Lär dig nyckelord och presentera aspekter på företagets hållbarhet på lektionen. Du kan välja något av nedanstående eller något annat företag inom en bransch som intresserar dig:

H&M

LINDEX

KappAhl

Clas Ohlson

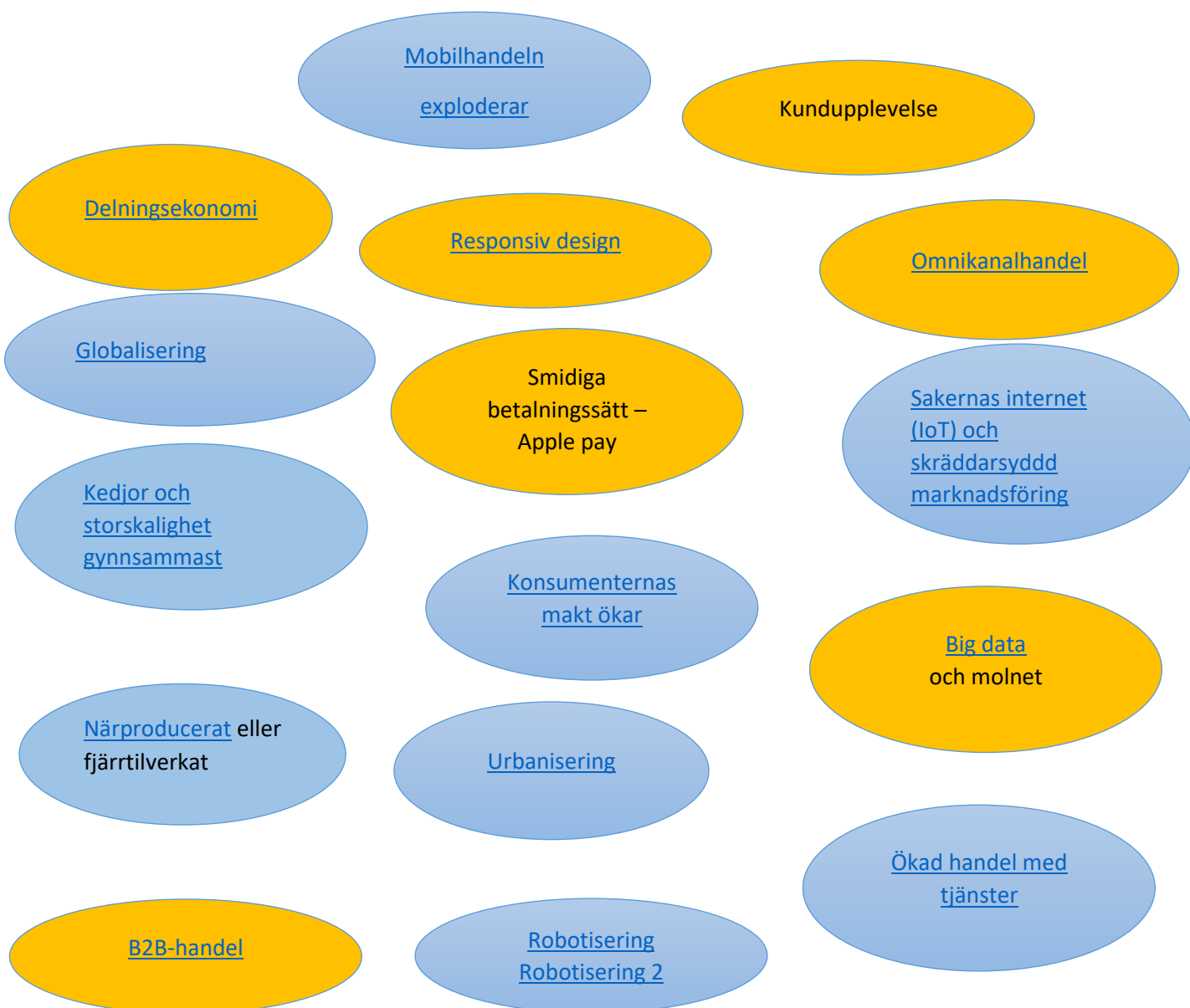
IKEA

4. ANDRA SAMHÄLLS- OCH HANDELSTRENDER

Svensk handel lyfter förutom e-handeln och hållbarheten fram andra centrala trender: [Tio trender som driver utvecklingen](#)



Uppgift 10. Välj parvis en par större eller mindre samhälls- och handelstrender som ni vill fördjupa er i och presentera. Välj sådana som hör samman på något sätt och intresserar er mest. Vilket **samband** finns det mellan dessa? Anteckna tio nyckelord om ämnet och förklara först dessa för ditt par och diskutera orsaker och följder. (Genom att klicka på trenden kommer du till en källa på nätet, men läs gärna flera om ämnet; de blå finns med på Svensk handels lista).



Tillväxten inom e-handeln har stagnerat lite i Finland. Diskutera vilka områden som bör utvecklas för att underlätta handeln på nätet.

Uppgift 11. Gör en SWOT-analys eller annan omvärldsanalys av näthandeln ur ett företags (välja gärna bransch) eller en konsuments synvinkel.

	POSITIVA FAKTORER	NEGATIVA/SKADLIGA FAKTORER
Inre egenskaper (inom företaget i nutid; något företaget självt kan påverka)	Styrkor	Svagheter
Yttre egenskaper (påverkas av yttre faktorer i omvärlden och du själv inte kan påverka; påverkar framtiden)	Möjligheter	Hot

Tänk också på

kundupplevelse och tillgänglighet

varor/produkter/tjänster/innehåll/

sortiment (överblick över butikens sortiment)

utbud

försäljningsvolym målgrupp

köpkanal: fysisk butik, mobil, multikanal

priser

öppettider

kostnader för lokal, leveranser, frakt, inköp, personal, teknik

betalningssätt: kortkort, direktbetalning i bank eller faktura.

säkerhet

leveranstid och leveranssätt: levererade hem (mot eller utan kvittens), att avhämtas i den fysiska butiken, på ett överenskommet avhämtningsställe, i en paketautomat

returmöjligheter

produktinformation

kundservice

tekniska, politiska, ekonomiska och sociala förutsättningar

5. PÅ TAL OM PRISER

ett pris – priset – priser – priserna

TILL vilket pris?

priset PÅ olja, oljepriset

mervärdesskatt, -en
moms, -en

moms ingår i priset

moms tillkommer



Priset är lågt – högt – förmånligt – konkurrenskraftigt – skäligt – rimligt

Komparativ _____

Superlativ _____

Absolut superlativ Nu är bilpriserna som lägst/dyrast!

Observera bruket av adjektivet *bra* som adjektiv attribut och som adverb:

Jämför elpriser och elavtal från Sveriges samtliga elbolag. Hitta **det bästa elavtalet** enkelt och kostnadsfritt! (adjektiv attribut)

Det är **bra** att jämföra olika operatörers priser och abonnemangsformer, så att du kan hitta **det** abonnemang **som passar dig bäst**. (adverb)

Uppgift 12. Fortsätt att komparera och kom med egna exempel på användningen av de olika formerna.

komparativ

superlativ

många _____

mycket _____

bra _____

få _____

Uppgift 13. Berätta om någon annan bransch så att du använder *de kursiverade uttrycken* nedan.

Prisutvecklingen inom optikerbranschen bjuder konsumenten på goda nyheter: *priset på glasögon har sjunkit* med drygt tjugo euro, d.v.s. åtta procent. Konkurrensen inom branschen har tagit fart på allvar. Optikerna tror att *priserna på glasögon* och kontaktlinser *kommer att hållas på samma nivå*, eller t.o.m. fortsätta *sjunka*. Den allmänna trenden är att *priserna stiger* sakta men säkert, men det har det inte gjort inom optikerbranschen. Det ser konkurrenssituationen till. Förutom *sjunkande priser* förväntar sig optikerna att intresset för kontaktlinser ökar i år. På trettio år har *utbudet* av olika sorters bågar tredubblats. Motsatsen till de dyra märkesbågarna är *lågprisglasögonen* som säljs på bensinstationer och i matbutiken, men det är bara två procent av finländarna som tyr sig till glasögon som inte är *skraddarsydd*.

Prisnyheter

Bostäder/Fastigheter:

Statistikcentralen: [Aktiebostadspriserna sjönk i juni](#)

Veckans affärer: [Bomarknaden bromsar in](#)

Statistikcentralen 28.7.2016: [Aktiebostadspriserna steg under andra kvartalet](#)

Konfektions- och skobranschen:



Räkna med prishöjningar på kläder och skor

Många faktorer pekar på att vi kommer att se ökade priser på kläder och skor framöver. Höjningarna räcker inte för att förbättra lönsamheten i branschen, men måste ändå beaktas i budgetarbetet, menar Svensk Handel Stils branschordförande Mikael Sandström. Vi går en höst till mötes som blir smått historiskt. För första gången på väldigt länge kommer vi förmodligen se prisökningar på kläder och skor.

Naturligtvis är det i första hand den allt starkare dollarn och riksbankschefen Ingves oförtröttliga arbete att sänka kronan som nu slår igenom. En dollaruppgång på 30 procent måste slå igenom på priserna. I den andra vågskålen ligger billigare frakter och bomull samt en liten devalvering på två procent av det kinesiska yuanen. Även kinesernas vilja att behålla volymerna ger en prisdämpande effekt. Men den vågskålen väger lätt och man kan nog räkna med att de kinesiska prishöjningarna hamnar på omkring 20 procent. Tillverkarna har dock successivt lämnat Kina och producerar allt mer i andra länder som Bangladesh, Kambodja och Vietnam (framförallt skor). Men även där ökar priserna.

Europa börjar ta tillbaka produktionen när snabba och säkrare leveranser blir allt viktigare. Men naturligtvis ger det dyrare kläder och skor, liksom att kronan även försvagats mot euron med tio procent.

Tidigare har de svenska aktörerna svalt prishöjningarna i sin kamp om marknadsandelarna, men vi närmar oss vägs ände. Lönsamheten i handeln är usel och nu märks en omläggning av strategier mot lönsamhet i stället för volym. Köp hellre in lite för få jackor än att dumpa alldeles för många under säsongen. Branschen börjar nyktra till, reafebern börjar lägga sig och priskampanjerna blir inte lika desperata.

Slutligen börjar de tidigare valutasäkringarna att ebba ut under hösten.

Redan i juli såg vi tecken när de återkommande säsongsprissänkningarna för månaden inte slog igenom som tidigare. Priserna sjönk bara med fyra procent mot fjolårets över sju procent.

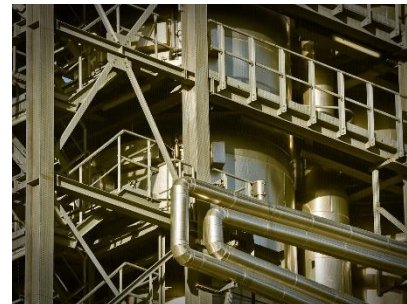
Frågan är inte om utan hur stora prisökningar vi får se. En någorlunda kvalificerad gissning blir tre procent i höst och fem i vår. Något att tänka på vid inköpsbudgetering om man räknar med att behålla sina volymer.

Källa: Mikael Sandström, Ordförande Svensk Handel Sti1, <http://www.dagenshandel.se/debatt/rakna-med-prishojningar-pa-klader-och-skor/>

Produktionspriserna

Producentpriserna oförändrade i maj

Producentpriserna totalt var oförändrade mellan april och maj. Under samma period steg priserna på både importmarknaden och exportmarknaden med 0,3 procent. På hemmamarknaden sjönk priserna med 0,2 procent. En säsongsnormal nedgång i fjärrvärmepreiserna bidrog främst till nedgången på hemmamarknaden. På importmarknaden bidrog huvudsakligen högre priser på råolja till uppgången. Uppgången motverkades dock något av lägre priser inom ett flertal grupper. På exportmarknaden bidrog prisuppgångar inom flertalet grupper till uppgången i fjol.



Priserna för inhemsk tillgång, det vill säga producentpriserna på hemmamarknaden tillsammans med importpriserna, steg med 0,2 procent från april till maj. Jämfört med maj föregående år har priserna sjunkit med 5,2 procent. Jämfört med maj föregående år har producentpriserna totalt sjunkit med 4,5 procent. Under samma period sjönk priserna på exportmarknaden med 6,8 procent och på hemmamarknaden med 2,1 procent. På importmarknaden sjönk priserna med 8,3 procent.

Källa: http://www.scb.se/sv/_/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Priser-och-konsumtion/Prisindex-i-producent--och-importled/Prisindex-i-producent--och-importled-PPI/34013/34020/Behallare-for-Press/406233/

Uppgift 14. Säg på svenska. (sin/sitt/sina eller hans/hennes/deras?)

1. Hänen palkkansa nousi.
2. Hän oli tyytyväinen palkkaansa.
3. Liike aloitti jo kesäalensa/Liikkeet aloittivat jo kesäalensa.
4. Heidän tuotteensa ovat ruotsalaisia.
5. Miten kalliiksi heidän uusi lajitelmansa tuli?/Miten kalliiksi heidän uudet lajitelmansa tulivat?
6. He tekevät yhteistyötä vanhojen asiakkaittensa kanssa.
7. Hinta vaikutti hänen ostopäätökseensä.
8. He huomasivat että heidän kilpailijallansa oli alhaisempi hinta.
9. He olivat laittaneet tuoreen hinnastonsa nettiin.
10. Hän kertoi, että hänen uusi työtoverinsa on ruotsalainen.



EKONOMI

arbetskraft, -en
en avgift, -en, -er
beskattning, -en
en betalning, -en, -ar
ett bidrag, -et, -
bnp = bruttonationalprodukt, -en
bytesbalans, -en
den offentliga ekonomin
den ekonomiska tillväxten
det ekonomiska läget
export, -en
exporter/a, -ar, -ade, -at
exportdriven, -drivet, -drivna
en exportvar/a, -an, -or
en exportvolym, -en, -er
en exportör, -en, -er
handelsbalans, -en
import, -en
importer/a, -ar, -ade, -at
en importör, -en, -er
industriproduktion, -en
inflation, -en
inflationstakt, -en
inhemsk efterfrågan
en inkomst, -en, -er
en intäkt, -en, -er
en konjunkturöversikt, -en, -er
konsumer/a, -ar, -ade, -at
en konsument, -en, -er
ett konsumentpris, -et, -er
konsumtion, -en
en orderstock, -en
en prognos, -en, -er
prognostiser/a, -ar, -ade, -at / förutspå, -r, -dde, -tt
samhällsekonomi, -n
en skuld, -en, -er
en skuldyngd, -tyngt, -tyngda
statsekonomi, -n
en stimulansåtgärd, -en, -er
sysselsättning, -en
en sysselsättningsgrad, -en
totalproduktion, -en
ett underskott, -et
en utgift, -en, -er
en utsikt, -en, -er
utrikeshandel, -n
värdet av/på importen
återhämt/a sig, -ar, -ade, -at
ett överskott, -et

työvoima
maksu (hinta)
verotus
maksu (suoritus)
tuki, avustus
bkt, bruttokansantuote
vaihtotase
julkinen talous
talouskasvu
taloudellinen tilanne
vienti
viedä
vientivetoinen
vientitavara
vientimäärä, viennin määrä
viejä
kauppatase
tuonti
tuoda maahan
(maahan)tuoja
teollisuustuotanto
inflaatio
inflaatiovauhti
kotimainen kysyntä
tulo
tuotto
suhdannekatso
kuluttaa
kuluttaja
kuluttajahinta
kulutus
tilauskanta
ennuste
ennustaa
kansantalous eli yhteiskuntatalous
velka
velkainen
valtion talous
kannustustoimi
työllisyys
työllisyysaste
kokonaistuotanto
alijäämä
meno
näkyvä
ulkomaankauppa
tuonnin arvo
elpyä
ylijäämä

6. HÖGRE INFLATION I JULI

Konsumentpriserna steg med 0,1 procent i juli jämfört med föregående månad, enligt SCB. KPI-inflationen var 1,1 procent.

Enligt SME Direkts prognosenkät väntade analytikerna att konsumentpriserna skulle ha sjunkit med 0,2 procent på månadsbasis och stigit med 0,8 procent jämfört med samma månad 2015.

Riksbankens prognosbana, som publicerades den 6 juli, pekade mot en KPI-inflation på 0,9 procent i juli.

I ökningen från juli 2015 bidrog framför allt el (9,0 procent) med 0,3 procentenheter. Prishöjningar inom delindex för avskrivningar (6,8 procent), kläder (4,1 procent), restauranger (2,6 procent) samt livsmedel (1,2 procent) bidrog med 0,2 procentenheter vardera.

Uppgången i inflationstakten motverkades av lägre priser på teletjänster och utrustning (-20,8 procent) samt drivmedel (-7,4 procent) som påverkade inflationstakten med -0,2 procentenheter vardera.

Till förändringen från juni bidrog prishöjning på livsmedel (1,2 procent) med 0,2 procentenheter. Utrikes flygresor (18,6 procent), paketresor (6,0 procent) och restauranger (0,9 procent) bidrog med 0,1 procentenhet vardera.

Uppgången motverkades främst av prissänkningar på kläder (-4,0 procent) som bidrog med 0,2 procentenheter och drivmedel (-2,7 procent) som bidrog med 0,1 procentenhet.

KPIF (KPI med fast ränta) steg 0,1 procent i juli jämfört med föregående månad och KPIF-inflationen var 1,4 procent.

Väntat enligt SME Direkts prognosenkät var en KPIF-inflation på 1,2 procent. Riksbankens prognosbana pekade mot en KPIF-inflation på 1,3 procent.

KPIF-inflationen exklusive energi var 1,4 procent. Riksbankens prognosbana pekade mot en KPIF-inflation exklusive energi på 1,3 procent.

Källa: <http://www.dn.se/ekonomi/hogre-inflation-i-juli/>, Publicerad 2016-08-11

Uppgift 15. Sök följande ord och uttryck i texten på svenska.

kuluttajahinta

verrattuna jhnkn

edellinen kuukausi

laskea

nousta

sama kuukausi

nousu

edesauttaa, myötävaikuttaa

prosenttiyksikkö

hinnannousu

hidastaa, vastustaa

vaikuttaa jhnkn

muutos

hinnanlasku

osoittaa

pois lukien



Att beskriva förändringar

stiga, stiger, steg, stigit

nousta

gå, går, gick, gått upp

nousta

Lönerna stiger.

stigande löner

Priserna har gått upp.

en uppgång, -en

nousu

en produktionsuppgång

höja, höjer, höjde, höjt

nostaa, korottaa

Företaget höjer priserna.

höjda priser

en höjning, -en, -ar

nostaminen, korotus

Prishöjningar är att vänta.

momshöjning, -en

sjunka, sjunker, sjönk, sjunkit

laskea, alentua

gå, går, gick, gått ned

laskea, alentua

Priserna har sjunkit.

sjunkande priser

Räntorna har gått ned.

en nedgång, -en

lasku

en produktionsnedgång

sänka, sänker, sänkte, sänkt

laskea, alentaa

Företaget sänker priserna.

sänkta priser

en sänkning, -en, -ar

alennus, alentaminen, laskeminen

prissänkningar kan väntas

Uppgift 16. Fyll i med hjälp av tipsen inom parentes.

- a. Under 2010 ökade den svenska exporten med 14 procent och importen med _____ (melkein viidenneksellä)
_____ (verrattuna)
_____ (edelliseen vuoteen).
- b. Finanskoncernen Sampos _____ (tulos) nästan _____ (kaksinkertaistui) under fjolårets sista kvartal jämfört med året innan.
- c. Resultatet före _____ (veroja) blev nu 361 miljoner euro medan det året innan var 199 miljoner euro.
- d. Skadeförsäkringssidan stod för _____ (runsaat puolet) av Sampos _____ (voitto).
- e. Irland, Spanien, Finland och Sverige hade _____ _____ (korkein keskimääräinen kasvu) i Västeuropa under perioden 2000-2009.
- f. _____ (kasvu) i dessa länder var _____ (selvästi korkeampi kuin) _____ (keskimäärin) för EU.
- g. _____ (ajanjakson loppuvaiheessa) – alltså under år 2008 och 2009 - hade flera länder i Västeuropa negativ tillväxt till följd av finanskris och begynnande _____ (matalasuhdanne).

Uppgift 17. Titta på [videon](#) *Exporten går bättre*. Sammanfatta innehållet på videon med egna ord. Diskutera hur situationen ser ut i dag.



Finskans och svenskans genitiv

Finska

kaupan omat merkkituotteet

tavaroiden kuljettaminen

polttoaineen hinta

kahvin hinta

Suomen vienti

myymälöiden lukumäärä

Svenska

s-genitiv: handelns egna märkesvaror

_____ (skriv eget exempel)

infinitiv: att transportera varor

preposition: priset på bränsle

sammansättning: kaffepriset

adjektiv: den finska exporten
(även Finlands export, se nedan)

övriga sätt att uttrycka genitiv på svenska:
antalet butiker

OBSERVERA SKILLNADEN MELLAN SUBJEKTIV OCH OBJEKTIV GENITIV

Subjektiv genitiv (s+p)

Suomen vienti

Finlands export (Finland exporterar)

Stockmannin myynti

Stockmanns försäljning (Stockmann säljer)

Objektiv genitiv (p+o)

autojen vienti

exporten av bilar (exportera bilar)

asuntojen myynti

försäljningen av bostäder (sälja bostäder)

Uppgift 18. Läs texten nedan. Sök exempel på genitivkonstruktioner i texten och översätt dem till finska.

Årssammanfattning: Exporten sjönk något år 2013

Exporten till EU-länder ökade under senare delen av året

Enligt tullens preliminära uppgifter minskade värdet av Finlands varuexport år 2013 med två procent jämfört med året innan. Värdet på exporten uppgick till nästan 55,9 miljarder euro. Värdet på importen minskade också med två procent och stannade på 58,1 miljarder euro.

Underskottet i handelsbalansen minskade en aning jämfört med året innan. År 2013 visade handelsbalansen enligt de preliminära uppgifterna ett underskott på 2,2 miljarder euro. År 2012 låg underskottet på 2,6 miljarder euro. Underskottet i handeln med EU-länderna uppgick till lite över två miljarder euro och med länderna utanför EU till 195 miljoner euro år 2013. Året innan var underskottet i handeln med länderna utanför EU 1,4 miljarder euro och i EU-handeln 1,2 miljarder euro.

Exporten av maskiner, apparater och transportmedel samt elektriska och elektroniska produkter minskade i följd och drog ned den totala exporten på minus. Exporten inom den kemiska industrin däremot växte år 2013. Oljeprodukter utgjorde det viktigaste tillväxtområdet inom exporten, men också exporten av produkter från den kemiska basindustrin ökade något. Exporten av skogsindustriprodukter ökade också, med undantag av exporten av pappersindustriprodukter.

Till följd av att importen av råmaterial och produktionsförnödenheter samt investeringsvaror minskade visade den totala importen i följd en minskning med två procent. Importen av energiprodukter ökade däremot något. Importen av konsumtionsvaror höll sig ungefär på samma nivå som föregående år. Den minskade utrikeshandeln med länderna utanför EU drog ned både den totala exporten och den totala importen år 2013.

Till grundproblemen hör att vårt land fortfarande är helt beroende av storföretagens export. De tio största företagen i Finland står för en tredjedel av exporten och de hundra största för två tredjedelar enligt EVA:s analys 2014.

Källa: Tullen, Statistik 10.2.2014

_____ = _____

_____ = _____

_____ = _____

_____ = _____

_____ = _____

_____ = _____

_____ = _____

_____ = _____

_____ = _____

_____ = _____

_____ = _____

_____ = _____

_____ = _____

7. PROGNOSE

Uppgift 19. Tolka till finska.

Den inhemska efterfrågan **antas** öka.

Utvecklingen är **svår att prognostisera**.

Banken **räknar med** en blygsam tillväxt

Den ekonomiska situationen **torde** lätta.

Sysselsättningskostnaderna **beräknas sjunka**.

Den inhemska prisnivån **väntas vara** stabil.

Vi **spår** en marginal på årets nivå.

Kostnaderna **förutspås** stiga.



Uppgift 20. Konjunkturtermer. Para ihop!

en ekonomisk nedgång _____

en recession _____

en lågkonjunktur _____

en depression _____

en avmattning _____

en konjunktursvacka _____

en konjunkturbedgång _____

en konjunkturbotten _____

en återhämtning _____

en högkonjunktur _____

en konjunkturuppgång _____

en konjunkturtopp _____

1. laman pohja

2. suhdannenusu

3. matalasuhdanne

4. korkeasuhdanne

5. suhdannekuoppa

6. laantuma, laantuminen; heikentyminen

7. lama

8. suhdannehuippu

9. suhdanteen lasku

10. taantuma

11. elpyminen

12. talouden laskukausi

9.6.2016

Finlands ekonomi går mot tillväxt med draghjälp av inhemsk efterfrågan

Finlands ekonomi är på väg tillbaka in på tillväxtspåret efter det övriga euroområdet. Tillväxten är emellertid långsammare än på annat håll i euroområdet, eftersom den åldrande befolkningen och den ensidiga ekonomiska produktionsstrukturen tynger tillväxtutsikterna. Skuldsättningen och den svaga industrin medför oro för tillväxtens hållbarhet.

Enligt Finlands Banks prognos ökar totalproduktionen med 1,1 % år 2016. Den inhemska efterfrågan fungerar som lokomotiv för den ekonomiska tillväxten medan exporten är fortsatt dämpad. Under 2017 växer ekonomin fortfarande med 1,1 % och 2018 är tillväxten 1,0 %. Även investeringarna vänder för första gången på länge mot tillväxt och återhämtningen gäller utöver byggbranschen också andra produktionsbranscher. Inflationen kommer i sin tur att vara låg en längre tid.

Finlands exportmarknad växer 2016–2018 långsammare än vad som tidigare beräknats och exporttillväxten blir måttlig. Under de senaste åren har i synnerhet exporten till Ryssland minskat kraftigt. Å andra sidan har exporten till euroområdet ökat klart efter 2013.

Finlands exportpriser förutspås under de närmaste åren stiga långsammare än konkurrentländernas exportpriser och enhetsarbetskostnaderna stannar också något under utvecklingen i euroområdet i övrigt. En svag förbättring av konkurrenskraften räcker emellertid inte till för att vända marknadsandelarna för Finlands utrikeshandel mot tillväxt. Konkurrenskraftsavtalet kommer vid ett förverkligande att göra det lättare att ta in på kostnadsskillnaderna jämfört med handelspartnerländerna. De nominella lönerna ökar återhållsamt med cirka en procent om året under prognosperioden.

De låga räntorna och den svaga prisutvecklingen stöder hushållens köpkraft och backar genom konsumtionen upp den ekonomiska tillväxten. Avigsidan är att hushållens skuldsättning fortsätter att öka.

På arbetsmarknaden har det redan skett en vändning mot det bättre. Avvikande från tidigare konjunkturvändningar backas tillväxten upp av de arbetsintensiva servicenäringarna och byggsektorn, inte av exporten och industrin. Liksom i de övriga euroländerna förbättras sysselsättningen något snabbare än vanligt i förhållande till tillväxttakten i ekonomin. Produktivitetökningen är däremot svag och arbetslösheten minskar långsamt.

Källa: http://www.suomenpankki.fi/sv/suomen_pankki/ajankohtaista/tiedotteet/Pages/160609_tiedote2.aspx

Uppgift 21. Diskutera följande frågor.

1. Hur skulle du beskriva den konjunkturfas vi befinner oss i just nu?
2. På vilket sätt märks det att ekonomin återhämtar sig efter en recession?
3. Vilken riktning tror du att ekonomin tar i Finland under de närmaste åren?