

KONSUMTIONSRAPPORTEN – 2008 upplaga 2

© Merja Mankila och Centrum för konsumtionsvetenskap | CFK | Handelshögskolan vid Göteborgs universitet | 2008
Omslag av Mariana Alves |

INNEHÅLL

INTRODUKTION	7
SAMMANFATTNING	9
BASFAKTA	11
Konsumtionen i kronor	11
Utgifter per hushåll	16
Välbefinnande	21
Ekologiska livsmedel	23
FÖRDJUPNINGAR	24
Konsumentbeteende och miljö	24
Mediakonsumtion	26
Matkonsumtionen och hälsan	30
SLUTSATSER OCH BLICKAR FRAMÅT	34
REFERENSER	35
BILAGOR	37
Bilaga 1 Konsumtionen i kronor	38
Bilaga 2 Utgifter per hushåll	44
Bilaga 3 Välbefinnande	55
Bilaga 4 Ekologiska livsmedel	56
Bilaga 5 Mediakonsumtion	57
Bilaga 6 Matkonsumtion och hälsa	60
Bilaga 7 Kategorisering av hushållens konsumtion i Nationalräkenskaperna	64
Bilaga 8 Kategorisering av hushållens utgifter i HUT-undersökningen	66

INTRODUKTION

Konsumtionsrapporten ges regelbundet ut av Centrum för konsumtionsvetenskap (CFK), Handelshögskolan vid Göteborgs universitet för att spegla utvecklingen av privat konsumtion i Sverige över tid. Konsumtionen har stor betydelse för alla sektorer i samhället; företag, förvaltningar och hushåll. Den ekonomiska tillväxten är beroende av att värdet av konsumtionen ökar. Beslut angående konsumtion påverkar miljön, livssituation och välbefinnande, inkludering och exkludering i samhället, ekonomisk och social jämlikhet.

Konsumtionsmönster förändras kontinuerligt och är i hög grad konjunkturberoende. Det är därför angeläget att årsvis i konsumtionsrapporten kunna redovisa hur konsumtionen förändrats. Rapporten består av två delar. I första delen av rapporten finns en sammanställning av tillgänglig offentlig statistik som berör konsumtion. I den andra delen finns en mer fördjupad analys av olika konsumtionsteman skrivna av forskare som arbetar på eller samarbetar med CFK. I bilagor redovisas detaljerade tabeller och kompletterande information.

Föreliggande rapport, Konsumtionsrapporten 2008: upplaga 2 är sammanställd av fil.dr. Merja Mankila, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet och verksam vid CFK. Detta är den tredje rapporten som ges ut. Den första rapporten gällde konsumtionen 2005 (gavs ut 2007, men kallas rapport 2005) och bestod även av en jämförelse med åren 1995 och 2005. Den andra rapporten (2008: upplaga 1) bygger på statistik från 2006. Föreliggande rapport, Konsumtionsrapporten 2008: upplaga 2 är baserad på statistik från 2007. Anledningen till att vi inte har med statistik från 2008 är att den inte är tillgänglig förrän senare. Nästa rapport med statistik från 2008 kommer att ges ut under 2009.

Vid sidan om statistik över utgifter för t ex livsmedel, bostad och transporter visar Konsumtionsrapporten hur nöjda konsumenterna är med sina liv och vilka konsumtionsaktiviteter de ägnar sig åt. Det finns även statistik om mediekonsumtion samt matkonsumtion och hälsa. De teman som analyserats av forskare från olika discipliner är i denna rapport samma som för rapport 2008: upplaga 1, nämligen, konsumenter och miljö, digitala medier och matkonsumtionen ur ett hälsoperspektiv.

Vår förhoppning på CFK är att konsumtionsrapporterna ska komma företag, konsumentorganisationer, myndigheter, konsumenter och studenter till godo och att ge möjlighet till reflektion över hur konsumtionen utvecklats över tid. Rapporterna finns tillgängliga på www.cfk.gu.se

SAMMANFATTNING

I Konsumtionsrapporten 2008: upplaga 2 sammanfattas och analyseras hushållens privata konsumtion i Sverige under 2007. Rapporten inleds med en orientering i konsumtionsteorier följt av en översikt av offentlig statistik om hushållens utgifter och välbefinnande. Därefter analyseras två områden djupare av forskare knutna till CFK. Sist i rapporten finns bilagor med detaljerad statistik.

Basfakta

- Hushållens totala konsumtion uppgick till 1 386 miljarder kronor under 2007
- Hushållen konsumerade 3,3 % mer jämfört med 2006 och 32 % mer jämfört med 1997¹.
- Priserna ökade 2,2 % mellan 2006 och 2007. 1997-2007 har priserna ökat med 12,6 %
- Konsumtionsområden som ökat mycket sedan 2006 är:
 - Fritid, underhållning och kultur, 10,7 %
 - Möbler, hushållsartiklar och rutinunderhåll, 6,8 %
 - Hotell, 6,4 %
- Konsumtionsområden som ökat mycket mellan 1997 och 2007 är:
 - Kommunikationstjänster, 135 %
 - Fritid, underhållning och kultur, 91 %
 - Möbler, hushållsartiklar och underhåll, 86 %
 - Kläder och skor, 64 %
- Ensamstående med barn har lägst utgifter för t ex livsmedel, transporter och möbler²
- Sambor utan barn har högst utgifter för t ex utemåltider och möbler/inredning
- Män spenderar mer än kvinnor på alkoholhaltiga drycker, drift av bil, tobak och lek, sport, hobby m m.
- Män spenderar mindre än kvinnor på personlig hygien, underkläder, skor, övriga tjänster och lokalresor.
- Miljömärkta livsmedel ligger på 2,7 % av alla livsmedel hushållen köper.

Fördjupningar

- Dator finns idag i 87 % av hemmen. Internet och dvd-spelare finns hos ca 84 %. Bredband finns i 68 % och digital-tv i 66 % och mp3-spelare i ca 54 % av hushållen.
- Medicinutrustningen uppgraderas – vi byter utrustning i högre takt och skaffar allt fler apparater.
- Frukt och grönt har fått en något större andel av livsmedelsinköpen samtidigt som andelen sötsaker och läsk har minskat något de senaste åren. Utgifterna är lika stora för båda grupperna.
- Män, unga och lågutbildade äter sällan frukt och grönt.

¹ Fasta priser, dvs rensat för prisförändringar

² Med hänsyn till hushållets sammansättning

BASFAKTA

Basfaktablocket beskriver den privata konsumtionen i Sverige 2007 och visar utvecklingen de senaste tio åren med fokus på hur konsumtionen förändrats sedan 2006. Först presenteras den totala konsumtionen i kronor inom hushållets primära konsumtionsområden, följt av utgifternas fördelning mellan olika hushållskategorier. Därefter följer ett avsnitt om välbefinnande, som är en viktig referenspunkt till konsumtionsutvecklingen. Sist i basfaktablocket ges en översikt över konsumtionen av miljömärkta livsmedel.

KONSUMTIONEN I KRONOR

Hushållens totala konsumtion uppgick till 1 386 miljarder kronor 2007, tabell 1¹. Bostaden står för den största delen av den privata konsumtionen, 24 procent, och omfattar bland annat hyra, lånekostnader och uppvärmning. Andra stora poster är transporter, 13 procent, livsmedel och alkoholfria drycker, 12 procent, och fritid, underhållning och kultur, 14 procent. I bilaga 7 finns en förteckning över vilka varor och tjänster som ingår i respektive konsumtionsområde.

Tabell 1 Hushållens totala konsumtion i Sverige 2007

Konsumtionsområden	andel 2007	miljarder kronor 2007 löpande priser	förändring sedan 1997 fasta priser	förändring sedan 2006 fasta priser	genomsnittlig förändring sedan 1997
01 livsmedel och alkoholfria drycker	12%	168	25%	1,5%	2,3%
02 alkohol och tobak	3%	49	6%	-2,1%	0,6%
03 kläder och skor	5%	71	64%	3,2%	5,0%
04 bostad	24%	365	5%	0,2%	0,5%
05 möbler, hushållsartiklar, underhåll	6%	72	86%	6,8%	6,4%
06 hälso- och sjukvård	3%	44	31%	2,1%	2,7%
07 transporter	13%	194	26%	3,0%	2,3%
08 kommunikation	4%	43	135%	1,1%	8,9%
09 fritid, underhållning, kultur	14%	163	91%	10,7%	6,7%
10 utbildning	.	4			
11 hotell	5%	82	33%	6,4%	2,9%
12 övriga varor och tjänster	.	143			
Delsumma	100%	1 398	34%	3,4%	3,0%
15 hushållens konsumtion i utlandet		66	52%	9,3%	4,3%
16 utländsk konsumtion i Sverige		-78	122%	10,3%	8,3%
Summa		1 386	32%	3,3%	2,8%

Källa: SCB, Nationalräkenskaper, Hushållens konsumtionsutgifter fördelade efter ändamål (FN:s klassificering COICOP). Beloppen gäller hushållens egna utgifter och skattas med hjälp av den årliga hushållsundersökningen (HUT) och omsättningsciffror från handeln. Konsumtion som finansieras av ideella organisationer (COICOP 13) och offentlig sektor (COICOP 14) t ex skola och sjukvård ingår ej. Beloppen är uppdaterade enligt publicering 2008-11-28

1 Uppgifterna är hämtade från SCB:s Nationalräkenskaper, publicerade 2008-11-28. Beloppen är justerade jämfört med SCB:s tidigare publiceringar. De löpande priserna för den totala konsumtionen 2005 är t ex ändrade från 1 241 till 1 282 miljarder kronor.

Konsumtionen ökade 32% mellan 1997 och 2007

Konsumtionsvolymen har ökat med 32 procent på tio år (1997-2007)². Det innebär att vi köpte 32 procent mer och/eller dyrare varor och tjänster under 2007 jämfört med 1997. Ökningen är stor även om man tar hänsyn till befolkningsökningen som under den aktuella perioden var 3 procent. Priserna ökade under dessa år med sammanlagt 12,6 procent, bilaga 1.

Jämfört med 2006 har konsumtionen ökat med 3,3 procent. Det är ungefär lika mycket som den årliga ökningen de senaste 10 åren som legat på 2,8 procent i snitt³.

Livsmedel och alkoholfria drycker

Konsumtionen av livsmedel och alkoholfria drycker ökade 1,5 procent mellan 2006 och 2007, tabell 1. Den genomsnittliga ökningen har varit 2,3 procent per år sedan 1997. Under tioårsperioden 1997 till 2007 ökade konsumtionen av livsmedel och alkoholfria drycker 25 procent, tabell 1 och figur 1. Priserna ökade 2,2 procent från 2006 till 2007 och 12,6 procent från 1997 till 2007, bilaga 1.

Alkohol och tobak

Hushållens köp av alkohol och tobak i Sverige minskade 2,1 procent mellan 2006 och 2007, tabell 1. Sedan 1997 har konsumtionen ökat av dessa med i snitt 0,6 procent per år. Mellan 1997 och 2007 ökade konsumtionen av alkohol och tobak med sammanlagt 6 procent, tabell 1 och figur 1. Siffrorna i tabell 1 gäller inköp i Sverige. Inköp i utlandet ingår i område 15 ”hushållens konsumtion i utlandet”. Priserna på alkoholhaltiga drycker och tobak i Sverige ökade 7,4 procent från 2006 till 2007 och 18 procent från 1997 till 2007, bilaga 1.

Kläder och skor

Konsumtionen av kläder och skor ökade 3,2 procent mellan 2006 och 2007, tabell 1. Den genomsnittliga ökningen mellan 1997 och 2007 har varit 5 procent per år. Hushållen konsumerade 64 procent mer kläder och skor under 2007 jämfört med 1997, tabell 1 och figur 1. Priserna på kläder och skor ökade 2,4 procent mellan 2006 och 2007. Mellan 1997 och 2007 ökade priserna 7 procent i denna kategori, bilaga 1.

Bostad

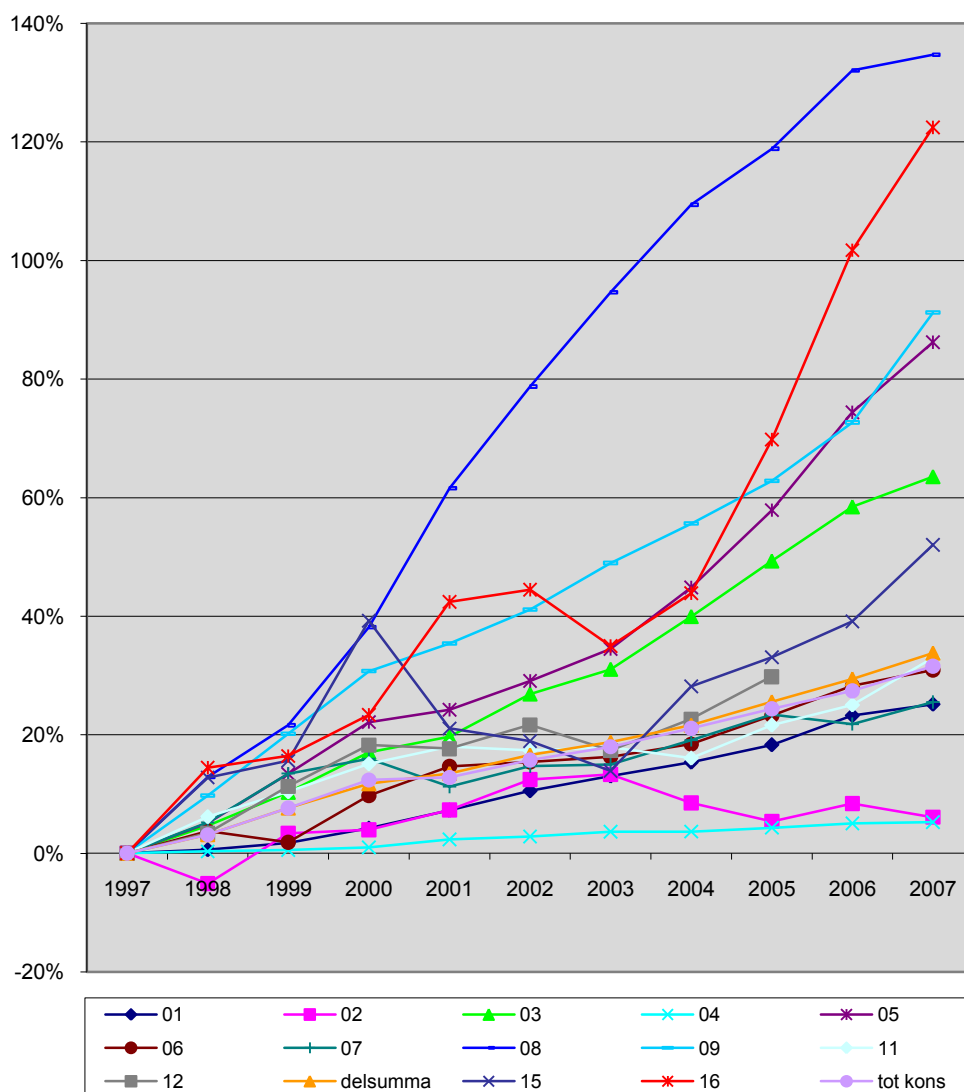
Av hushållens totala konsumtion utgör bostad det största konsumtionsområdet, 24 procent. Den sammanlagda bostadskonsumtionen har knappt förändrats sedan 2006, +0,2 procent, tabell 1, vilket är lika mycket som den genomsnittliga förändringen mellan 1997 till 2007. Den totala konsumtionsökningen av bostäder är 5 procent under 10-årsperioden, tabell 1 och figur 1. De största posterna är hyra och kostnader för småhus och fritidshus⁴. Priserna i boendekategorin har ökat 4 procent mellan 2006 och 2007. Från 1997 till 2007 var prisökningen 17 procent, bilaga 1.

² Mätt i fasta priser. Ökning i fasta priser innebär att konsumenterna köpt mer av en vara/tjänst eller att kvaliteten på varan/tjänsten ökat.

³ Den genomsnittliga årliga ökningen är mindre än 1/10 av den totala ökningen på 10 år. Om något ökar med 10% per år så blir den totala ökningen 10 år senare 159%. Genomsnittlig årlig förändring på 10 år beräknas genom att ta 10:e roten ur kvoten av konsumtionen år 10 och konsumtionen år 0.

⁴ Nationalräkenskaperna gör en skattning av värdet av bostadskonsumtionen - inte de faktiska utgifterna. För småhus beräknas nyttjandevärdet, vilket ofta överstiger de faktiska utgifterna (Sven Bergenstråhle, Boendeforskare, Hyresgästföreningen: PM20051031)

Figur 1 Förändring i hushållens konsumtion per konsumtionsområde 1997-2007



Källa: SCB, Nationalräkenskaperna, Hushållens konsumtionsutgifter fördelade efter ändamål (FN:s klassificering COICOP)

Möbler, textilier, hushållsartiklar och underhåll

Konsumtion av möbler, textilier, hushållsartiklar ökade med 6,8 procent mellan 2006 och 2007, tabell 1. Det är ungefär lika mycket som den genomsnittliga ökningen per år under 10-årsperioden 1997-2007. Totalt ökade kategorin 86 procent mellan 1997 och 2007, tabell 1 och figur 1. Priserna på möbler och andra hushållsvaror ökade med 0,5 procent mellan 2006 och 2007. Jämfört med 1997 ligger priserna på ungefär samma nivå 2007, endast 1 procent mer, bilaga 1.

Hälso- och sjukvård

De hälso- och sjukvårdskostnader som hushållen betalar direkt (ej via skattsedeln)⁵ uppgår till 3 procent av den totala konsumtionen, tabell 1. Dessa kostnader visar på en ökning av konsumtionen av hälso- och sjukvård med 2,1 procent mellan 2006 och 2007, vilket ligger under den årliga genomsnittliga ökningen på 2,7 procent mellan 1997 och 2007. Den totala ökningen under hela 10-årsperioden är 31 procent, tabell 1 och figur 1. Mellan 2006 och 2007 var prisökningen liten, 2,7 procent, men under 10-årsperioden 1997 till 2007 ökade priserna i denna kategori med 50 procent, bilaga 1.

Transporter

Transportkonsumtionen består av inköp och drift av fordon och köp av transporttjänster som lokalresor. Konsumtionen ökade 3 procent mellan 2006 och 2007, tabell 1. Under 10-årsperioden 1997-2007 ser vi en ökning på i genomsnitt 2,3 procent per år. Sammantaget innebär det en ökning på 26 procent under hela perioden, tabell 1 och figur 1. Priserna i transportkategorin ökade 1,1 procent från 2006 till 2007 och 21,5 procent från 1997 till 2007, bilaga 1.

Kommunikation

Hushållens konsumtion av kommunikationsrelaterade varor och tjänster (t ex posttjänster, telefoni och telefoner) ökade 1,1 procent mellan 2006 och 2007, tabell 1. Den genomsnittliga årliga ökningen under perioden 1997 till 2007 var 8,9 procent. Det betyder att konsumtionen ökade med 135 procent mellan 1997 och 2007, tabell 1 och figur 1. En viktig anledning till ökningen är att priserna sjunkit mycket på mobiltelefoner och mobilsamtal. Prissänkningen i hela kategorin post- och telekommunikation var 3,3 procent från 2006 till 2007 och 26 procent mellan 1997 och 2007, bilaga 1.

Fritid, underhållning och kultur

Hela fritidsområdet har ökat med 10,7 procent mellan 2006 och 2007, tabell 1. Det är mer än den årliga genomsnittliga ökningen på 6,7 procent under perioden 1997 till 2007. Den sammanlagda ökningen under denna 10-årsperiod var 91 procent, tabell 1 och figur 1. Priserna sjönk med 0,4 procent mellan 2006 och 2007. Under 10-årsperioden fram till 1997 till 2007 sjönk priserna med 6 procent, bilaga 1.

Utbildning

Hushållens kostnader för utbildning är en liten kategori vilket är anledningen till att den inte finns med i figur 1, mindre än 1 procent av hushållets totala konsumtion, tabell 1. 2003 flyttades avgifter för förskolan från "övriga varor och tjänster" till "utbildning". Utbildningskategorin var så liten att ändringen fick mycket stor effekt, därför beräknas inte utvecklingen på 10 år. I löpande

⁵ T ex egenavgifter för medicin och patientavgifter.

priser ökade konsumtionen 5,5 procent mellan 2006 och 2007. Det finns ännu inga uppgifter om prisutvecklingen mellan 2006 och 2007 för att beräkna förändringen i fasta priser.

Hotell, caféer och restauranger

Ökningen av konsumtionen på restauranger och caféer var 6,4 procent mellan 2006 och 2007, tabell 1. Den genomsnittliga ökningen mellan 1997 och 2007 var 2,9 procent per år, vilket motsvarar en sammanlagd ökning på 33 procent, tabell 1 och figur 1. Priserna steg med 3,2 procent mellan 2006 och 2007. Den genomsnittliga årliga prisökningen var 28 procent mellan 1997 och 2007, bilaga 1.

Övriga varor och tjänster

Personlig service, personliga artiklar och samhällsservice ingår i kategorin övriga varor och tjänster liksom försäkrings- och finansiella tjänster. Konsumtionen av dessa ökade med 8 procent i löpande priser från 2006 till 2007. Priserna ökade med 3,1 procent under samma period. Det finns ännu ingen officiell statistik om förändringen i fasta priser.

Konsumtion i utlandet

Hushållens konsumtion i utlandet ökade med 9,3 procent mellan 2006 och 2007, tabell 1. Ökningen är dubbelt så stor som den genomsnittliga årliga ökningen på 4,3 procent mellan 1997 och 2007, tabell 1 och figur 1. Under denna 10-årsperiod ökade konsumtionen i utlandet med 52 procent, bilaga 1.

Utländsk konsumtion i Sverige

Turisters konsumtion i Sverige var 10,3 procent större 2007 jämfört med 2006, tabell 1. Det är något mer än den genomsnittliga ökningen på 8,3 procent per år mellan 1997 och 2007, tabell 1 och figur 1. Turisternas konsumtion ökade så mycket som 122 procent dessa 10 år, bilaga 1.

UTGIFTER PER HUSHÅLL

Utgifterna är drygt 263 000 kronor per år i ett genomsnittligt hushåll, tabell 2. Bostaden är den största utgiften och står för 64 580 kronor, 28,8 procent⁶. Därtill kommer inredning med 15 940 kronor, 5 procent. Andra stora utgiftsposter är transporter med 47 270 kronor, 14,5 procent och köpta livsmedel⁷ 33 140 kronor, 12,9 procent. Alkoholhaltiga drycker, tobak och utemåltider står tillsammans för 15 750 kronor per hushåll, 6 procent⁸. Uppgifterna är hämtade från tabell 5.

Stora skillnader mellan ensamstående och sammanboende

Utgifterna varierar mycket mellan olika typer av hushåll. Det beror delvis på hushållets sammansättning avseende antal vuxna och barn som lever tillsammans, men också på de ekonomiska förutsättningarna⁹.

För att kunna jämföra konsumtionen mellan olika hushållstyper har SCB konstruerat ett mått på hur många konsumtionsenheter ett hushåll består av. Alla kostnader ökar inte proportionellt med antal hushållsmedlemmar (t ex bostad) därför används konsumtionsenheter som ett viktsystem som skall spegla hushållets sammansättning (antal barn och vuxna). En ensamboende vuxen räknas som

Tabell 2 Utgifter i kronor per hushåll år 2007 – hushållsgrupper

	Ensamstående med barn	Ensamstående utan barn	Sammanboende med barn	Sammanboende utan barn	Övriga sammanboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
Antal hushåll	152	367	899	640	86	110	2 254
Antal personer, snitt	2,5	1,0	3,9	2,0	4,6	2,6	2,1
Konsumtionsenheter	1,71	1,00	2,41	1,51	2,92	1,94	1,56
Beräknad populationsstorlek	243 130	1 496 810	821 830	1 152 690	79 110	186 770	3 980 340
TOTALA UTGIFTER	226 680	166 120	384 350	294 540	423 250	290 580	263 020
Köpta livsmedel	28 300	17 280	48 220	33 980	53 760	35 020	30 740
Alkoholfria drycker	2 420	1 470	3 690	2 550	4 140	2 520	2 400
Utemåltider	8 860	7 360	13 310	11 530	18 900	9 640	10 220
Alkoholhaltiga drycker	2 360	2 930	3 880	4 890	5 950	3 180	3 730
Tobak	2 080	1 410	2 040	1 950	2 070	2 410	1 800
Förbrukningsvaror	5 410	2 780	9 020	5 410	8 450	5 220	5 220
Hushållstjänster	7 250	3 830	17 220	8 600	10 000	9 120	8 560
Kläder och skor	11 590	8 230	24 190	15 280	25 030	15 380	14 440
Bostad	69 370	50 880	86 110	64 070	84 710	67 920	64 580
Möbler, invent., textil, hush.utr.	9 930	7 390	23 230	21 630	31 080	18 600	15 940
Hälsa- och sjukvård	4 050	4 020	7 050	8 750	7 860	11 080	6 430
Transport	30 370	28 460	68 740	56 760	80 920	52 670	47 270
Fritid och kultur	43 360	28 170	73 240	56 560	87 830	53 640	49 000

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT)

Obs! Delvis annan indelning av utgiftsposter, jämfört med uppgifterna ur nationalräkenskaperna i tabell 1. * Barnen är både över och under 19 år ** Familjer med barn över 19 år + ensamst. m barn över & under 19

⁶ Bostadsutgifterna i SCB:s undersökning Hushållens utgifter (HUT) gäller faktiska utgifter.

HUT byggs på kassaböcker under två veckor från ett urval av ca 2000 hushåll. Vissa uppgifter samlas via telefonintervjuer (sällanköp) och register (t ex a-kassa). Utgifternas indelning i kategorier skiljer sig något från nationalräkenskaperna (NR), tabell 1. Utemåltider tillhör hotell, caféer och restauranger (COICOP 11). Förbrukningsvaror (t ex personlig hygien, rengöring, papper) tillhör både övriga varor och tjänster (12) och möbler, hushållsartiklar och underhåll (05). Hushållstjänster (t ex barntillsyn, försäkringar, frisör, hemtjänst, bankavgifter) tillhör främst övriga varor och tjänster (12). Fritid och kultur tillhör främst fritid, underhållning och kultur (09), men innehåller även kommunikation (COICOP 08), hotell, caféer och restauranger (11) och övriga varor och tjänster (12), bilaga 8

⁷ Inkl. alkoholfria drycker

⁸ OBS! Notera att beloppen är skattningar i tabell 2 (se tabell 2:1 i bilaga 2 som visar 95% konfidensintervall)

en konsumtionsenhet. Två sammanboende vuxna utan barn är 1,51 konsumtionsenheter. Gruppen ensamstående med barn har ett snitt på 1,79 konsumtionsenheter och gruppen sammanboende med barn 2,37.

Konsumtionsenhetsskala (fr.o.m. 2004)	
– Första vuxen (ensamboende eller sammanboende)	1,00
– Andra vuxen (sammanboende)	0,51
– Ytterligare vuxen	0,60
– Barn 1, 0-19 år	0,52
– Barn 2, 3, ..., 0-19 år	0,42

Källa: SCB

Sambor utan barn konsumerar mest per person

Konsumtionen per person med hänsyn till hushållets sammansättning kan skattas genom beräkning av hushållens utgifter dividerat med antal konsumtionsenheter per hushåll. Sammanboende utan barn konsumerar mest per konsumtionsenhet med lite drygt 195 000 kronor, medan ensamstående med barn konsumerar minst med ca 132 000 kronor, tabell 3. Det är en skillnad på nästan 48 procent.

Sammanboende utan barn ligger högst när det gäller utgifter för köpta livsmedel, alkoholfria drycker, utemåltider, möbler och hushållsutrustning, transporter samt fritid och kultur, tabell 3. Ensamstående utan barn lägger mer pengar per konsumtionsenhet än personer i övriga hushållskategorier på alkoholhaltiga drycker, bostad och hälso- och sjukvård. Sammanboende med barn har de högsta utgifterna per konsumtionsenhet för hushållstjänster samt kläder och skor.

Ensamstående med barn har de lägsta utgifterna per konsumtionsenhet för köpta livsmedel, utemåltider, alkoholhaltiga drycker, hushållstjänster, möbler/inventarier/textilier/hushållsutrustning, transporter samt fritid och kultur. Sammanboende utan barn spenderar mer än dubbelt så mycket per konsumtionsenhet jämfört med ensamstående med barn på: alkoholhaltiga drycker, kategorin möbler, inventarier, textilier och hushållsutrustning samt transporter, särskilt på inköp av bil och drift av bil, tabell 4. I bilaga 2 redovisas utgifterna per konsumtionsenhet för fler utgiftslag, tabell 2.2.

Tabell 3 Utgifter per konsumtionsenhet 2007 per hushåll

	Ensamstående med barn	Ensamstående utan barn	Sammanboende med barn	Sammanboende utan barn	Övriga sammanboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
Totala utgifter	132561	166120	159481	195060	144949	149784	168603
Köpta livsmedel	16550	17280	20008	22503	18411	18052	19705
Alkoholfria drycker	1415	1470	1531	1689	1418	1299	1538
Utemåltider	5181	7360	5523	7636	6473	4969	6551
Alkoholhaltiga drycker	1380	2930	1610	3238	2038	1639	2391
Tobak	1216	1410	846	1291	709	1242	1154
Förbrukningsvaror	3164	2780	3743	3583	2894	2691	3346
Hushållstjänster	4240	3830	7145	5695	3425	4701	5487
Kläder och skor	6778	8230	10037	10119	8572	7928	9256
Bostad	40567	50880	35730	42430	29010	35010	41397
Möbler m m	5807	7390	9639	14325	10644	9588	10218
Hälso- och sjukvård	2368	4020	2925	5795	2692	5711	4122
Transport	17760	28460	28523	37589	27712	27149	30301
Fritid och kultur	25357	28170	30390	37457	30079	27649	31410

Anmärkning: Alkohol och tobaksutgifterna är endast fördelade på de vuxna i familjer med barn under 20 år

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT)

Tabell 4 Utgift per konsumtionsenhet 2007. Ensamstående med barn och sammanboende utan barn

	Ensamstående med barn	Sammanboende med barn	Skillnad
Totala utgifter	132 561	195 060	47%
Köpta livsmedel	16 550	22 503	36%
Alkoholfria drycker	1 415	1 689	19%
Utemåltider	5 181	7 636	47%
Alkoholhaltiga drycker	1 380	3 238	135%
Tobak	1 216	1 291	6%
Förbrukningsvaror	3 164	3 583	13%
Hushållstjänster	4 240	5 695	34%
Kläder och skor	6 778	10 119	49%
Bostad	40 567	42 430	5%
Tjänster förknippade med bostaden	1 550	3 536	128%
Elektricitet, gas och andra bränslen	4 608	7 709	67%
Möbler m m	5 807	14 325	147%
Hälsa- och sjukvård	2 368	5 795	145%
Transport	17 760	37 589	112%
Inköp av bil	4 462	13 636	206%
Drift av bil	9 433	16 642	76%
Fritid och kultur	25 357	37 457	48%
Resor, hotell	4 789	9 775	104%

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT)

Bostaden – 34% av utgifterna för ensamstående med barn

Genom att studera hur stora andelar de olika utgiftsområdena har av hushållens totala utgifter får man ytterligare en bild av hur olika hushåll prioriterar, tabell 5. I gruppen ensamstående med och utan barn står bostaden för drygt 34 procent av utgifterna, vilket är den högsta andelen jämfört med övriga hushållsgrupper. Köpta livsmedel är också en utgift som står för en förhållandevis stor andel av utgifterna bland ensamstående med barn, 13 procent. När konsumtionsutrymmet är begränsat får de mest nödvändiga utgifterna en större andel av de totala utgifterna.

Tabell 5 Andelar av totala utgifter per hushållsgrupp 2007.

	Ensamstående med barn	Ensamstående utan barn	Sammanboende med barn	Sammanboende utan barn	Övriga sammanboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
	%	%	%	%	%	%	%
Totala utgifter	100	100	100	100	100	100	100
Köpta livsmedel	13,4	11,7	13,8	13,4	14,0	13,6	12,9
Alkoholfria drycker	1,1	1,0	1,1	1,0	1,1	1,0	1,0
Utemåltider	3,4	4,5	3,2	3,7	3,9	3,2	3,8
Alkoholhaltiga drycker	1,0	1,8	1,0	1,6	1,3	1,0	1,5
Tobak	1,1	1,0	0,6	0,7	0,5	1,1	0,8
Förbrukningsvaror	2,4	1,7	2,6	2,0	2,3	1,9	2,0
Hushållstjänster	3,1	2,1	4,5	2,7	2,4	2,4	2,9
Kläder och skor	4,5	4,7	5,9	4,5	5,7	4,8	4,9
Bostad	34,5	34,1	24,6	24,7	23,3	26,1	28,8
Möbler m m	3,8	3,8	5,8	6,4	7,2	6,1	5,1
Hälsa- och sjukvård	1,7	2,3	1,8	2,9	1,9	3,4	2,4
Transport	10,9	11,9	16,1	16,8	16,2	16,6	14,5
Fritid och kultur	18,7	18,9	18,3	18,9	19,8	18,1	18,7

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT)

Transportutgifterna har en mycket liten andel av de totala utgifterna hos ensamstående med barn 10,9 procent. Det är framförallt inköp av bil, 2,5 procent, och drift av bil, 7,3 procent, som ligger lägre än övriga hushållsgrupper, bilaga 2 tabell 2.3. Det framgår också av tabell 2.3 att fast telefon har en större andel av de totala utgifterna för ensamstående med barn jämfört med de övriga hushållstyperna.

Det utgiftsområde som skiljer sig mest vid en jämförelse mellan olika hushållstypers fördelning av utgifterna mellan olika konsumtionsområden är hyra och avgifter för hyresrätter och bostadsrätter, tabell 2.3. För ensamstående med barn står denna utgift för 35 procent av hushållets utgifter. Utgiftsposten är stor även för ensamstående utan barn, 34 procent. I övriga hushållsgrupper ligger denna hyresutgift på mellan 6 och 12 procent av de totala utgifterna. En viktig förklaring är att ensamstående i mycket större utsträckning bor i lägenhet än sammanboende.

Kvinnor och män

Inom vissa konsumtionsområden är skillnaderna stora mellan kvinnor och mäns utgifter, tabell 6. Den mest slående skillnaden mellan män och kvinnors konsumtion år 2007 är drift av bil då männens konsumtionsutlägg är 371 procent mer än kvinnors. Året innan var skillnaden 62 procent. Mäns medelutgifter för alkoholhaltiga drycker är över 70 procent större än kvinnors. Andra utgifter som är mycket större än kvinnornas är tobak 35 procent mer samt lek, sport, hobby m m som är 34 procent mer. Utgifterna är beräknade per person och år och omfattar alla åldrar från 0-79 år. Vissa utgifter som exempelvis alkohol, tobak och drift av bil blir därmed lägre än om de bara omfattat vuxna personer.

Tabell 6 Utgifter per person 2007, kvinnor och män 0-79 år

	Kvinnor	Män	mäns konsumtion	
			kronor	andel
Antal medverkande personer	3217	3230		
Beräknad populationsstorlek	4 246 730	4 221 710		
UTEMÅLTIDER	1880	2170	290	15%
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER, inkl lättöl	150	260	110	73%
TOBAK	290	530	240	83%
FÖRBRUKNINGSVAROR	910	220	-690	-76%
därav Personlig hygien	870	210	-660	-76%
HUSHÅLLSTJÄNSTER	1750	790	-960	-55%
därav Övriga tjänster	1720	770	-950	-55%
KLÄDER OCH SKOR	6970	3680	-3290	-47%
Kläder	5710	3000	-2710	-47%
därav Utekläder	600	430	-170	-28%
Övriga kläder	3340	1820	-1520	-46%
Underkläder	630	220	-410	-65%
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	210	170	-40	-19%
Skor	1260	680	-580	-46%
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	2460	1600	-860	-35%
TRANSPORT	840	1640	800	95%
därav Drift av bil	240	1130	890	371%
Lokalresor, transporttjänster	550	380	-170	-31%
FRITID OCH KULTUR	2410	2430	20	1%
därav Lek, sport, hobby	990	1220	230	23%
Underhållning	190	170	-20	-11%
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	470	400	-70	-15%

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT)

Tabellen innehåller alla utgiftsområden för vilka SCB har beräknat skillnader mellan kvinnor och män

Män spenderar 76 procent mindre jämfört med kvinnor på personlig hygien, 65 procent mindre på underkläder och 46 procent mindre på skor. Inom området övriga tjänster som bl a innehåller frisör, gåvor, utbildningsavgifter, privat och kommunal hemtjänst, bankavgifter m m (se bilaga 8) är männens utgifter knappt hälften av kvinnornas, 55 procent mindre. Mäns utgifter för kläder respektive lokalresor är 47 procent och 31 procent mindre än kvinnornas.

I bilaga 2 redovisas kvinnor och mäns utgifter i olika åldergrupper, tabeller 2.5 och 2.6. Där framgår att spridningen är stor inom varje grupp.

VÄLBEFINNANDE

Subjektivt välbefinnande är ett mått på hur människor upplever sina levnadsbetingelser som helhet. Det är viktigt att relatera konsumtionsutvecklingen till konsumenters upplevelser av hur bra de har det, det vill säga hur nöjda de är med sina liv. Hushållens konsumtion och ekonomiska standard har ökat cirka 30 procent de senaste tio åren, se sidan 12, medan välbefinnandet ökat i betydligt mindre omfattning jämfört med tidigare år.

De allra flesta konsumenter¹⁰ i Sverige är nöjda med sina liv, tabell 7. Det finns en tendens att andelen mycket nöjda ökar medan andelen ganska nöjda minskar under perioden 1997 till 2007. Mer än hälften av alla konsumenter uppger att de är ganska nöjda med det liv de lever och nästan en tredjedel att de är mycket nöjda. Andelen inte särskilt nöjda och inte alls nöjda har knappt förändrats sedan 1996.

Tabell 7 Hur nöjd är du på det hela taget med det liv du lever?

	1997	2006	2007
Mycket nöjd	29,6%	35,2%	34,6%
Ganska nöjd	61,0%	57,4%	57,5%
Inte särskilt nöjd	8,0%	6,6%	6,9%
Inte alls nöjd	2,0%	0,8%	0,9%
Total	100%	100%	100%
Antal svarande	1721	3204	1627

Källa: Riks-SOM-undersökningen 1997, 2006 & 2007 (andelarna gäller de som svarat på frågan)

Kvinnor och män

Mönstret ser ungefär likadant ut bland både kvinnor och män, även om kvinnorna är mer nöjda med sina liv än män, men bägge har blivit nöjdare, tabell 8. Skillnaderna mellan kvinnor och män år 2007 har minskat jämfört med tio år tidigare.

Tabell 8 Välbefinnande bland kvinnor och män, 1997, 2006 och 2007

	1997		2006		2007	
	kvinnor	män	kvinnor	män	kvinnor	män
Mycket nöjd	32,10%	27,0%	37,0%	33,2%	35,9%	33,7%
Ganska nöjd	61,50%	62,8%	56,2%	58,6%	55,5%	59,0%
Inte särskilt nöjd	5,80%	8,9%	6,1%	7,3%	7,7%	6,2%
Inte alls nöjd	0,50%	1,4%	0,7%	0,9%	0,8%	1,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Antal svarande	807	811	1673	1531	854	744

Källa: Riks-SOM-undersökningen 1997, 2006 & 2007 (andelarna gäller de som svarat på frågan)

¹⁰ Statistiken bygger på Riks-SOM-undersökningen som vänder sig till ett slumpmässigt urval av den svenska befolkningen mellan 15 och 85 år (både svenska och utländska medborgare ingår). I Konsumtionsrapporten används termen konsument.

Inkomst och välbefinnande

Hushållets årsinkomst har ett tydligt samband med konsumentens subjektiva välbefinnande, tabell 9. Av konsumenter som bor i hushåll där inkomsten är 200 000 kronor eller mindre uppger 26 procent att de är mycket nöjda och 3 procent att de inte är nöjda. De som bor i hushåll med en årsinkomst över 600 000 är mycket mer nöjda med sina liv. 46 procent är mycket nöjda och ingen uppger att de inte alls var nöjda med livet.

Tabell 9 Välbefinnande bland låg- respektive höginkomsttagare 2007

Hushållsinkomst	Mycket nöjd med livet	Inte alls nöjd med livet
upp till 200 000 kronor	26%	3%
601 000 kronor eller mer	46%	0%

Källa: Riks-SOM, 2007

EKOLOGISKA LIVSMEDEL

Andelen miljömärkta livsmedel har ökat något till 2,7 procent av de livsmedel som svenska hushåll köper, se tabell 10. Mjök och ägg ligger högst. Ägg respektive mellanmjök och lättmjök når över 14 procent. Förändringarna mellan 2003 och 2007 är mycket små och inte statistiskt säkerställda, bilaga 4.

Det finns tendenser till såväl överskattning som underskattning av konsumenters miljöhänsyn vid köp av livsmedel i denna statistik. Konsumenter som råkar köpa miljömärkta varor utan att ta ett aktivt beslut ingår i statistiken. Prissänkningar som gör att man kan konsumera fler miljömärkta varor till samma pris redovisas inte här. Utgiftsandelarna kan alltså dölja en faktisk konsumtionsökning. Miljöhänsyn där konsumenten t ex väljer att köpa något närproducerat istället för en kravmärkt produkt som transporterats långt syns inte heller i denna statistik.

Tabell 10 Andel miljömärkta livsmedel och förbrukningsvaror 2003-2007 i procent

Miljömärkta livsmedel och förbrukningsvaror	2003	2004	2005	2006	2007
KÖPTA LIVSMEDEL - totalt	2,2	2,0	2,2	2,2	2,7
Bröd, spannmålsprodukter	1,6	1,5	1,8	2,0	2,2
Kött	0,8	0,9	1,1	1,0	1,1
Mjök, ost och ägg	5,1	5,2	5,0	5,8	6,4
Standardmjök (fett >=1,5%)	7,6	5,2	6,7	6,0	5,5
Mellan- och lättmjök (fett <1,5%)	10,7	10,4	11,9	11,2	14,9
Filmjök och yoghurt	6,3	9,6	7,6	9,8	8,0
Ägg	9,7	11,8	14,4	12,5	14,1
Oljor och fetter	2,7	1,9	2,1	1,4	2,0
Frukt och bär	2,6	2,0	2,3	2,3	4,3
Bananer	6,8	5,0	6,3	6,0	11,4
Grönsaker	2,6	1,8	2,3	2,6	3,0
Soppor, sallader, grönsaksrätter	3,5	2,0	2,0	2,3	1,9
Rotfrukter	9,9	6,7	9,4	7,4	10,3
Potatis	3,3	1,9	2,1	1,6	1,9
FÖRBRUKNINGSVAROR - totalt	4,6	5,3	4,1	4,6	3,3
Personlig hygien	1,4	0,9	0,8	0,8	0,4
Övriga förbrukningsvaror	7,1	9,0	6,9	7,5	5,6

Anmärkning: Konsumtionsenheterna ändrades efter 2004. 1,57 i enligt den nya beräkningsmetoden motsvarar 1,62 i den äldre.

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT)

FÖRDJUPNINGAR

I följande avsnitt analyseras konsumtionsområden av forskare som finns på eller samarbetar med Centrum för konsumtionsvetenskap, CFK. Det första avsnittet ger en översikt över teorier om konsumenters beteende. Det andra avsnittet handlar om mediakonsumtion med fokus på digitala medier. Avsnitt tre handlar om matkonsumtionen ur ett hälsoperspektiv: ”Prioriterar vi mat som främjar vår hälsa?”

KONSUMENTER OCH MILJÖN

För att lösa miljöproblem behövs en ökad förståelse av konsumenters attityder, värderingar och beteenden. Tidiga konsumentbeteende modeller utgick från att konsumenten var som en *svart låda* som man kunde förse med marknadsföringsstimuli som han/hon sedan skulle reagera på. Ett exempel är Howard och Sheth's (1969) ”A theory of buyer behavior”. I dag förstår man att verkligheten är mer komplex. Konsumenten är inte passiv mottagare av budskap utan söker ibland själv information. Hon/han kanske struntar i information om miljön, tolkar och omtolkar reklam-budskap på sitt eget sätt eller använder inte alltid produkter som de varit avsedda att användas. För att förstå konsumentbeteende gäller det därför att förstå konsumenten i hans/hennes situation och sammanhang.

En senare konsumentbeteendemodell av Ölander och Thøgersen från 1995 visar att det inte bara är konsumenters *motivation* i form av *attityder* och *sociala normer* som påverkar beteende utan att det är *förmåga* och *möjlighet* som kan vara avgörande. Förmåga kan vara vanor, kunskap etc. Möjlighet kan vara köp- och konsumtionssituation, t ex om det finns tillgängliga återvinningscentraler där man bor. Med andra ord, även om man har en positiv attityd till miljön och förstår att det är viktigt att minska fossila bränslen och inte köra bil så kan hindrande faktorer finnas, t ex vanor (vilka ofta är svåra att bryta). Bristande tillgång till bra bussförbindelser kan göra att man ändå tar bilen till jobbet. Tekniska innovationer kan ge konsumenter fler möjligheter att konsumera miljövänligt. Möjlighet kan också handla om ekonomiska resurser, t ex att ha råd att köpa en miljövänlig bil.

Beslutsfattande är ett centralt begrepp inom konsumentbeteendeforskningen. Beslutsfattandet påverkas av *engagemang*, om man är högt eller lågt engagerad. Inom forskningslitteraturen definieras engagemang som något som är personligt relevant, en inre drivkraft, eller motivation till att bearbeta information (t ex Poiesz och de Bont 1995). Högt engagerade konsumenter lägger ner mycket möda på att välja rätt produkt eller märke och tar sig tid att läsa annonser, broschyrer eller besöka affärer. En högt engagerad person har följande beslutsprocess i teorin: initiera köp, informationssökning, påverka beslut, fatta beslut, köpa. Verkligheten är inte alltid lika rationell som teorin. En konsument kanske inte följer alla steg, men man kan ändå utgå från att en högt engagerad person söker information före han/hon fattar beslut. En lågt engagerad person köper och utvärderar produkten efter köpet, om utvärdering överhuvudtaget sker. Vidare söker oftast en lågt engagerad person lite, om någon information före köpet. Engagemanget varierar för olika produkter, tjänster och situationer. Engagemanget varierar inte bara inför och under ett köp utan även vid användning, reparation och underhåll samt när man gör sig av med och återvinner produkter.

Problemet för en högt engagerad person kan också vara att informationen inte alltid finns lättillgänglig. Man talar om klimatpåverkan, men information om detta på förpackningar saknas för närvarande i Sverige. Framgår det var produkten är tillverkad, hur den är transporterad? Har förpackningen en tydlig avsändare så att konsumenten lätt kan kontakta företaget om hon/han vill ha mer information eller är missnöjd med produkten? Det finns också situationsbundna hinder, att inte ha tid att läsa och sätta sig in i informationen som finns tillgänglig. Vi har ofta *vanor* som är svåra att bryta. Ibland har vi olika beslutsregler för att underlätta livet, t ex köper miljömärkta produkter, samma vara som sist, den billigaste, samma butik, samma märke etc.

Situationen avgör ofta hur en konsument handlar, t ex olika livsmedel till vardags och till helger. *Vissa beslut påverkar andra beslut*. Köper konsumenten en dyr bil så kanske han/hon får avstå från att reparera köket. Börjar man tänka miljövänligt så kanske det sprider sig till flera olika beslut, t ex undvika flygresor, köpa ekologiska livsmedel och kläder etc. *Sociala interaktioner* påverkar också våra normer och beteenden. Våra beslut påverkas i hög grad av vad familj, vänner, kollegor eller grannar gör. Konsumtionen kan också sägas vara *symbolisk*; den ger uttryck för vem vi är eller vem vi vill vara. Vi lär oss också från varandra, t ex föräldrar och barn lär varandra miljöfrågor. Interaktionen i familj hand-lar ofta om konsumtionsbeslut. Vad en person i familjen beslutar kan få effekt på andra familje-medlemmars konsumtion.

Modeller är förenklingar av verkligheten, men ändå nödvändiga för förstå en komplex verklighet. För att minska miljöproblem behöver man förstå alla de aspekter som påverkar beteendet, dvs sociala normer, attityder, förmåga och möjligheter. De tre R:en reduce, reuse and recycle för ökad hållbarhet behöver kompletteras med innovativa lösningar. Konsumenten bör kunna se fördelar med nya beteendemönster, de bör vara överlägsna de nuvarande, inte bara komplement och definitivt inte försämringar. Information bör utarbetas för att vara lättillgänglig för såväl hög- som lågengagemang. Det behövs ett hållbarhetstänkande också i kommunikation av information.

Det är viktigt att förstå konsumenters verklighet och för det fordras olika perspektiv, olika teorier och olika metoder. Tvärvetenskap kan bidra till ökad kunskap. Det går inte alltid att fråga vad konsumenten vill ha, han/hon kanske inte kan eller vill uttrycka sina önskemål. Det är nödvändigt att förstå konsumenters attityder, värderingar och beteenden för att lösa klimatproblemen, men inte tillräckligt. Konsumenterna kan inte ensamma lösa miljöproblemen utan företag och politiker har också ett ansvar (Ekström 2007). Det är viktigt att innovationer och styrmedel som bidrag och skatter utformas med konsumenten i fokus.

Karin M. Ekström | professor i företagsekonomi | Centrum för konsumtionsvetenskap

Referenser:

- Ekström, K. (2007), Energieffektivisering med konsumenten i fokus, i Birgitta Johansson (red.), Konsumera mera – dyrköpt lycka, Stockholm: Formas Fokuserar.
- Poiesz, T. och de Bont, C. (1995) Do we need involvement to understand consumer behavior, i F. Kardes och M. Sujan (red.), Advances in Consumer Research, Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Howard, J.A. och Sheth, J. N. (1969), The Theory of Buyer Behavior, New York, NY: John Wiley and Sons.
- Ölander, F. och Thøgersen, J. (1995), Understanding of Consumer Behaviour as a Prerequisite for Environmental Protection, Journal of Consumer Policy, vol 18., 345-385.

MEDIAKONSUMTION

Den digitala tekniken har medfört ett större medieutbud och nya konsumtionsmönster. Samtidigt som medierna nu kan sprida sitt innehåll via flera olika plattformar, har användarna fått bättre möjlighet att ta del av kapacitetskrävande innehåll via dator och mobila enheter. Bredband och de höga överföringshastigheterna är en av förutsättningarna för utvecklingen.

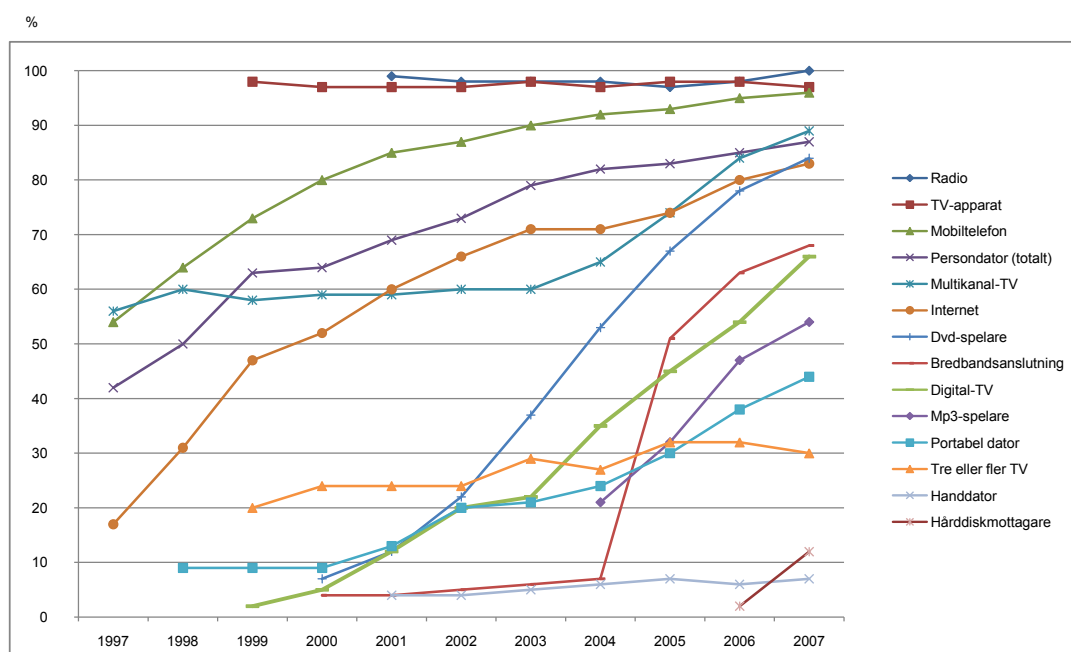
För användarna har det nya medieutbudet betytt större möjligheter till interaktivitet och mobilitet. De kan ta emot radiokanaler via traditionella radioapparater, internet, tv och mobiltelefoner, och tv-program och dagstidningar kan nås via internet och mobiltelefon. Det är möjligt att konsumera medier var man vill, när man vill och hur man vill. Sammantaget ägnar svenskarna mer än sex timmar åt medier en genomsnittlig dag, vilket innebär att vi ägnar en stor del av vår fritid åt att konsumera medier.

De nya digitala hushållen

Teknikutvecklingen har fört med sig nya köpmönster. Hushållen har dels uppgraderat sina traditionella medieapparater till den nya digitala tekniken med inköp av ny kringutrustning, och dels köpt helt nya digitala medieapparater, ofta med en mängd olika funktioner.

Nordicom-Sveriges Mediebarometer visar en ökad tillgång till nya medier i de svenska hushållen under 2000-talet, figur 2. Några kurvor pekar brantare uppåt än andra. Bredbandsökningen från

Figur 2 Tillgång till medier i hemmet 1997–2007 (%)



Anmärkning: I befolkningen, personer 9-79 år
Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer.

år 2004 är det mest markanta exemplet; olika bärbara apparater ett annat. Ny sändnings- och mottagningsteknik för tv har samtidigt bidragit till att multikanal-tv och digital-tv växt, och fler och fler hem har också tillgång till nya digitala lagringstekniker genom dvd- spelare, mp3-spelare och hårddiskmottagare till tv:n. Över nio av tio har idag en mobiltelefon. Den ökade tillgången till digitala apparater och tjänster har betytt kostnader för hushållen. Enligt SCB har utgifterna ökat 2003–2007 för framför allt radio och teve, mobiltelefoner och kameror/fototjänster, tabell 11.

Mest har hushållens kostnader för radio och teve stigit, med 50 procent 2003–2007, och 9 procent mellan 2006 och 2007. Förklaringar finns bland annat i övergången till digital marksänd tv (slutförd oktober 2007) som inneburit nyinvesteringar i form av boxar, att fler och fler byter till platta teveapparater och att allt fler abonnerar på betal-tv-paket för att få tillgång till fler kanaler. Utgifter för mobiltelefoner har också ökat sedan 2003, medan utgifterna för fast telefoni sjunker.

Internets genomslagskraft

Användningen av internet har följt den stigande bredbandstillgången. År 2007 använde 64 procent av befolkningen internet en genomsnittlig dag, vilket är nära en fördubbling sedan 2003, figur 3 och bilaga 5. Internet och bredbandsutbyggnaden har också burit med sig utgifter för hushållen. Exakta uppgifter är svåra att utläsa ur SCBs statistik, men enligt Post- och Telestyrelsen har teleoperatörernas intäkter för ett genomsnittligt hushåll/kunds internetanslutning (exklusive aktiva användare av mobil paketdata) stigit de senaste åren: 40 procent sedan år 2000 och 31 procent sedan 2003. Mellan 2006 och 2007 är ökningen 3 procent. Prisutvecklingen för både internet och teletjänster har stabiliserats under de senaste åren. Till exempel har medianpriset för bredband >2 Mb minskat mellan 2004 och 2008 med mellan 12 och 29 procent beroende på hastighet. Myndigheten ser dock en ökning av så kallade 'dolda' kostnader för hushållen (inträdesavgifter, debiteringsintervall, öppningsavgifter och pappersfakturor) och längden på bindningstider.

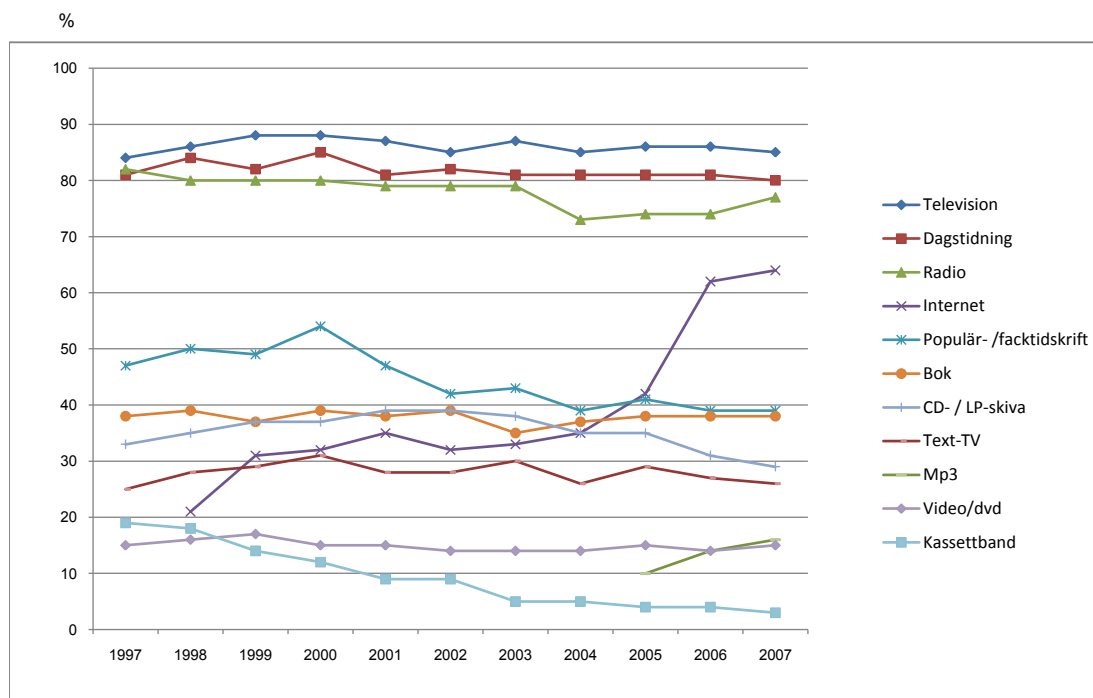
Skillnader i olika gruppers tillgång och användning av nätet finns fortfarande. Fler män än kvinnor har tillgång till bredband i hemmet (71 respektive 66 procent). Männerna är också flitigare användare i hemmet en genomsnittlig dag (68 procent jämfört med 60 procent av kvinnorna) och sitter vid datorn längre tid. De enda medier som visar lika stora skillnader mellan könen är text-tv och tidskrifter – i synnerhet vecko-/månadstidningar som läses i större utsträckning av kvinnor än män.

Tabell 11 Hushållens utgifter för kommunikationstjänster och kommunikationsutrustning 2003–2007 (kronor, förändring i procent)

Utlägg per hushåll	2003	2004	2005	2006	2007	Förändring 2003–2007	Förändring 2006–2007
Radio och tv	2 310	2 410	2 690	3 180	3 460	50	9
Böcker, tidningar, tv-licens etc.	7 910	8 480	9 040	8 920	8 830	12	-1
Fast telefon (samtal och abonnemang)	4 030	3 880	3 730	3 590	3 430	-15	-4
Mobiltelefon (samtal och abonnemang)	1 880	2 120	2 480	2 370	2 670	42	13
Lek, spel, hobby	5 370	4 960	5 120	5 350	5 070	-6	-5
Ur, kamera, fototjänster	1 040	880	1 620	1 630	1 690	63	4
Övrig fritid	8 990	8 940	8 870	8 860	8 220	-9	-7
Underhållning	1 640	1 680	1 530	1 170	1 200	-27	3

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT)

Figur 3 Användning av medier en genomsnittlig dag 1997-2007 (%)



Anmärkning: I befolkningen, personer 9-79 år
Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer.

En annan följd av det större medieutbudet blev att nya möjligheter öppnades för reklammarknaden. Medierna är en stor del i konsumtionssamhället – 2007 var reklaminvesteringarna i medier 31,9 miljarder kronor, en ökning från 30,2 miljarder 2006. Reklam i medier har i fasta priser ökat med över 700 kr/capita mellan 1997 och 2007 (Institutet för reklam- och mediestatistik, IRM). För annonsörer innebär det större medieutbudet allt fler och nischade möjligheter att nå ut till sina potentiella kunder, och medierna är beroende av intäkterna från reklamen. Eftersom reklamen följer publiken slår internets utbredning genom även här. Från 2006 till 2007 växte reklaminvesteringarna på internet med 36 procent, enligt IRM, och blev därmed landets tredje största reklammedium efter morgonpress och tv. Investeringarna på internet omfattar både annonser, banners, e-postreklam och sökordsmarknadsföring, med andra ord är reklamens möjligheter att placeras i olika sammanhang online mycket diversifierad.

Generationens betydelse för mediekonsumtion

I dagens mediekonsumtion blandas gammalt med nytt. Den genomsnittliga mediekonsumenten har inte förändrat sin dagliga medieanvändning i någon större grad, vilket är ett tecken på att vanor i vardagen förändras långsamt. Deras hushåll har visserligen digitaliserats, men främst är det tv-utrustningen som har uppgraderats till den nya tekniken (dvd, digital-tv). De hushåll som har barn har flest apparater.

Men utvecklingen är inte enhetlig. Köp- och användningsmönster ser olika ut även för andra grupper. Att det finns en könsskillnad i internetanvändningen har vi konstaterat ovan, och även utbildning och inkomster kan spela in. Men framför allt spelar generationstillhörigheten roll: för unga människor är den digitala tekniken inte ny utan den ingår i deras livsstil. För äldre är tröskeln högre, men undersökningar visar att även pensionärer i allt större utsträckning tar till sig den för dem nya tekniken. De unga använder internets möjligheter till interaktivitet i mycket större utsträckning än äldre generationer (25 år och uppåt), t ex genom att läsa och skriva bloggar, titta på film och lägga upp bilder och använda olika sociala forum. De äldre använder internet i högre utsträckning till e-post, läsa kvällstidning och att göra bankärenden.

Hur den nya digitala tekniken kommer att användas beror på hur konsumenterna får den att passa in i vardagen. Med interaktiva och mobila medier får konsumenterna ökade möjligheter att anpassa sin mediekonsumtion till när de själva har tid, oberoende av plats. Förutom för internet, motsvaras dock inte den ökade apparattillgången i hushållen av användning.

Ulrika Facht | forskningsinformatör | Nordicom, Göteborgs universitet

Eva Harrie | forskningsinformatör | Nordicom, Göteborgs universitet

Referenser:

- Bergström, Annika (2008) Web 2.0 – om deltagande online, i Holmberg Sören och Lennart Weibull (red), Skilda världar. Göteborg: SOM-institutet (rapport 44).
- Carlsson, Ulla och Ulrika Facht, (red) (2007) MedieSverige 2007. Statistik & analys. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Findahl, Olle (2008) Svenskarna och internet 2008. Hudiksvall: World Internet Institute.
- Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2007, MedieNotiser 1/2008. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Nordicom-Sveriges Internetbarometer 2007, MedieNotiser 2/2008. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Prisutveckling för telefoni och bredband första halvåret 2008. Stockholm: Post- och Telestyrelsen (PTS-ER-2008:21).
- Statistiska Centralbyrån (SCB), statistikdatabas över hushållens utgifter (HUT) (2008) – www.scb.se.
- Svensk Telemarknad 2007 (2008). Stockholm: Post- och Telestyrelsen (PTS-ER-2008:15).
- Trotzig, Elisabeth m fl (2008) Svensk reklammarknad. Stockholm: IRM Institutet för Reklam- och Mediestatistik.
- Westlund, Oscar (2008) En mobilt uppkopplad nyhetsgeneration?, i Holmberg Sören och Lennart Weibull (red), Skilda världar. Göteborg: SOM-institutet (rapport 44).

MATKONSUMTIONEN OCH HÄLSAN

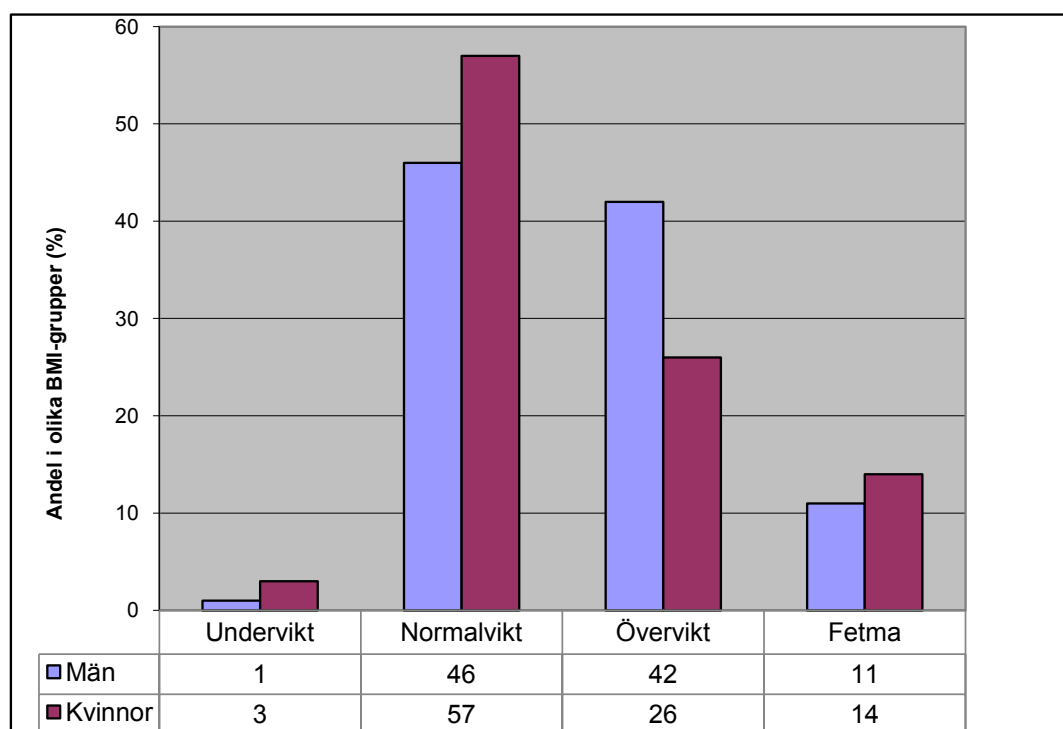
Fetma är ett ökande hälsoproblem som har betydelse för såväl livskvalitet som sjuklighet och dödlighet. Detta hälsoproblem kan relateras till flera av konsumtionsgrupperna i denna rapport. Konsumtion av mat, alkoholhaltiga drycker, transporter och fritidsaktiviteter har betydelse för utveckling av övervikt och fetma som i sin tur påverkar konsumtionsutvecklingen när det gäller hälso- och sjukvård och kanske även annat t ex kläder. I detta avsnitt skall vi dock hålla oss till livsmedelskonsumtion även om den bara utgör 12% av hushållens konsumtion.

Denna rapport kan ge en fingervisning om vilken slags mat vi lägger pengarna på. Men hur ser matvanorna ut ur hälsosynpunkt? Livsmedelsverkets undersökningar (Becker och Livsmedelsverket, 2007) visar att kosten fortfarande behöver förändras i linje med riktlinjerna att främja konsumtionen av frukt och grönsaker, fisk, grovt bröd och andra nyckelhålmärkta livsmedel på bekostnad av söta och feta livsmedel. Kosten har central betydelse för uppkomsten av folksjukdomar som cancer, hjärtkärlsjukdom, diabetes och fetma.

Övervikt och fetma

Vi har sett en kraftig ökning av övervikt och fetma¹⁸ från mitten på 1980-talet och fram till början på 2000-talet (Berg et al., 2005; Statistiska centralbyrån, 2007). Enligt Statistiska centralbyråns nationella undersökningar av levnadsförhållanden (ULF) 2005 är andelen med fetma i stort sett lika stor för män och kvinnor, drygt 10 procent. Däremot är könsskillnaderna relativt stora för övervikt, där ungefär hälften av männen är överviktiga eller feta jämfört med ca drygt en tredjedel av kvinnorna (Statistiska centralbyrån, 2007). Resultaten från Nationella folkhälsoenkäten visar något högre siffror, figur 4. Det är dock mycket troligt att andelen med fetma och övervikt i Sverige

Figur 4 Undervikt, normalvikt, övervikt och fetma, 2007

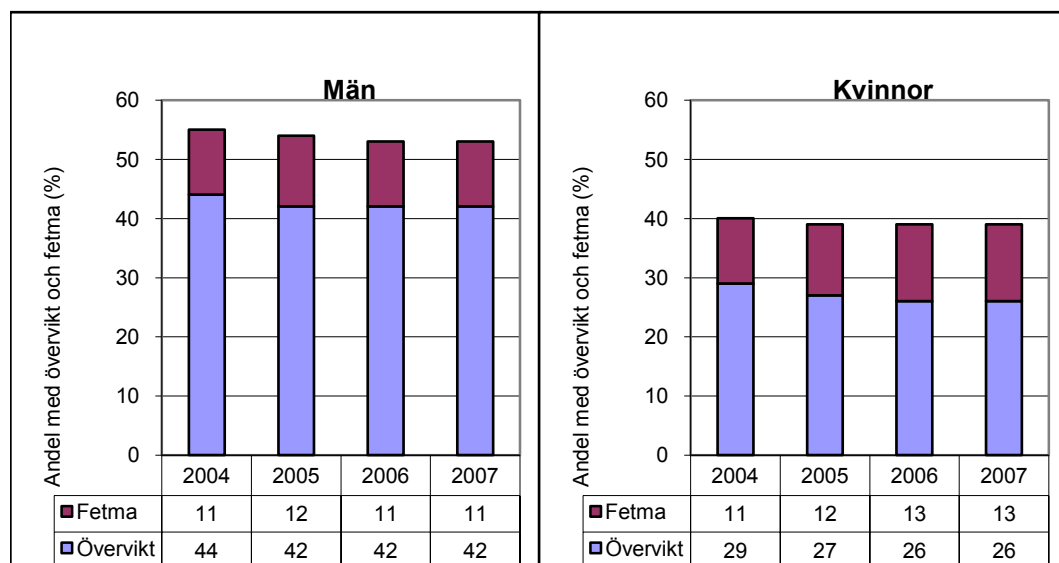


Källa: Nationella folkhälsoenkäten 2007, Statens folkhälsoinstitut, FHI

är högre än vad båda dessa undersökningar visar eftersom de bygger på självrapporterade värden för vikt och längd, vilket generellt leder till en underskattning av BMI¹.

Vi skall alltså ha i minnet att situationen med största sannolikhet ter sig värre än vad resultatet från Nationella folkhälsoenkäten visar. Det som är intressant är att data är färska. Siffrorna tyder på att andelen överviktiga minskat, medan andelen kvinnor med fetma eventuellt ökat något från år 2004 till 2007, figur 5. Det stöder tidigare data från ULF-undersökningen som indikerat att ökningen av övervikt kanske stannat av (Statistiska centralbyrån, 2007).

Figur 5 Övervikt och fetma 2004-2007



Källa: Nationella folkhälsoenkäten 2007, Statens folkhälsoinstitut, FHI

Ojämligheter

Hälsan är ojämnt fördelad i samhället. Förutom könsskillnader i övervikt så illustrerar också resultaten i Nationella folkhälsoenkäten stora sociala skillnader i fetma och övervikt. Fetma förekommer oftare bland arbetare och personer med kort utbildning och bland de med låg inkomst, bilaga 6 figur 6.1-6.3. Det är också stora skillnader mellan olika grupper i samhället när det gäller matvanor. De som sällan äter frukt och grönsaker är främst män, unga och de med lägre socioekonomisk status t ex kort utbildning, bilaga 6 figur 6.4-6.6. Man kan också se vissa regionala skillnader i Sverige.

Prioriterar vi mat som främjar vår hälsa?

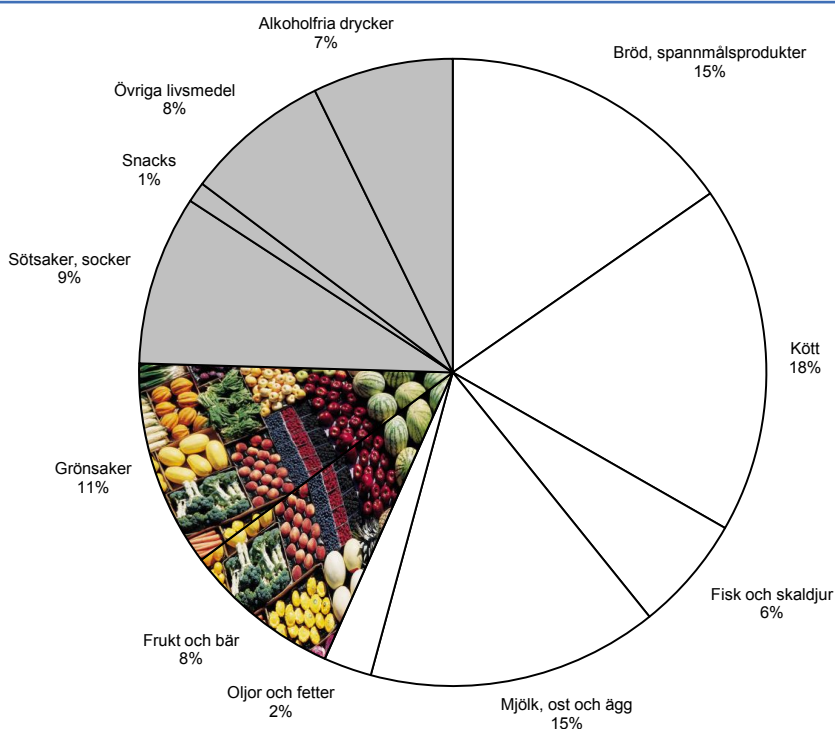
Positivt är att konsumtionen av frukt och grönsaker ser ut att öka i befolkningen. Det är främst kvinnorna som har tagit till sig dessa vanor, bilaga 6 figur 6.7. Att kvinnor är mer intresserade av hälsosam mat visar även andra studier. Vi har i en studie intervjuat konsumenter över 55 år om deras uppfattning av mat och hälsa (Brembeck et al 2004). De välutbildade kvinnorna har mycket

¹ För att kunna jämföra förekomsten av övervikt och fetma i olika populationer definieras ofta graden av övervikt med hjälp av vikt i förhållande till längd enligt WHO:s kriterier. Man använder då begreppet BMI (body mass index) som är det samma som vikten (kg) dividerat med längden (m) i kvadrat. Undervikt BMI<18, övervikt 25 ≤BMI<30, fetma BMI≥30

goda kunskaper om vad som är hälsofrämjande mat. De säger att det är nyttigt att äta mycket frukt och grönt, att fisk är nyttig mat och att de försöker öka sitt fiskintag. Mjölksprodukter ska vara "lätta" och av matfetterna nämns produkter som Becel, med sin höga halt omättade fettsyror. Brödet ska vara grovt och bakat med surdeg.

Förutom Nationella folkhälsoenkäten utgör Statistiska centralbyråns undersökningar kring hushållens utgifter (HUT) underlag för denna rapport. Dessa data, som bygger på kassadagböcker², visar att utgifterna för frukt och grönt utgör en relativt liten del i förhållande till de totala livsmedelsutgifterna. Sötsaker och drycker utgör en lika stor andel även om alkoholhaltiga drycker inte är medräknade, figur 6. Vi ser dock en förbättring under de senaste åren. Vi lägger nu mindre av våra livsmedelsutgifter på läsk medan utgiftsandelen har ökat för frukt och grönt, tabell 12. Kostnaden har ökat inte bara för färsk frukt utan även för torkad frukt och nötter. Positiva tendenser ses även för annan livsmedelskonsumtion. Vi lägger även mer pengar på grovt bröd och fisk 2007 jämfört med 2003, bilaga 6 tabell 6.1. Med andra ord verkar utvecklingen gå åt rätt håll ur hälsosynpunkt.

Figur 6 Livsmedelsgruppernas andel av de totala livsmedelsutgifterna (exklusive alkoholhaltiga drycker) 2007



Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT)

² Andel av utgifter beror dock på prisutveckling och är därför mycket osäkert mått på förändringar i konsumtion.

Tabell 12 Andel frukt, grönsaker, sötsaker socker och läskedrycker av totala utgifter för köpta livsmedel och alkoholfria drycker 2003 – 2007

	2003	2004	2005	2006	2007
Frukt och bär	6,6%	7,0%	7,7%	8,0%	8,1%
Grönsaker	9,8%	9,2%	9,9%	10,2%	10,7%
Sötsaker, socker	9,1%	8,7%	8,8%	8,6%	8,8%
Läskedrycker	3,7%	3,4%	3,1%	3,0%	2,7%

Källa: SCB, Hushållens utgifter, HUT

Christina Berg | docent | Institutionen för mat, hälsa och miljö, Göteborgs universitet

Lena Jonsson | fil dr | Institutionen för mat, hälsa och miljö, Göteborgs universitet

Referenser

Becker, W., & Livsmedelsverket. (2007). Indikatorer för bra matvanor: Resultat från intervjuundersökningar 2005 och 2006. Uppsala: Livsmedelsverket.

Berg, C., Rosengren, A., Aires, N., Lappas, G., Toren, K., Thelle, D., et al. (2005). Trends in overweight and obesity from 1985 to 2002 in Goteborg, West Sweden. *Int J Obes (Lond)*, 29(8), 916-924.

Brembeck, H., Karlsson, MA., Ossiansson, E., Shanahan, H., Jonsson, L. och Bergström, K. 2005. Vin, växthus och vänskap. CFK-Rapport 2005:04.

Statistiska centralbyrån. (2007-10-31). Ulf, undersökningar av levnadsförhållanden (2007) http://www.Scb.Se/templates/subheading_____122370.Asp.

SLUTSATSER OCH BLICKAR FRAMÅT

Konsumtionen fortsätter att öka. På 10 år har den privata konsumtionen ökat med drygt 30 procent. Det är lika mycket som hushållens ekonomiska standard har ökat. Det konsumtionsområde som ökat mest, sett till hushållets huvudsakliga utgiftskategorier, är telekommunikation. Det är framförallt kommunikation via mobil och internet som vuxit mest och här har prissänkningar bidragit till den stora ökningen. Men den viktigaste förklaringen är att konsumenterna tagit tekniken till sig. Mobiltelefon och internet är idag viktiga delar av många konsumenters vardag.

Hushållens konsumtion i utlandet, konsumtion av kultur och fritid, inredning samt kläder och skor har också ökat mycket på 10 år. Dessa kategorier är viktiga delar av den så kallade identitets- och livsstilskonsumtionen. Vad vi gör på vår fritid, hur vi inreder våra hem och hur vi klär oss är viktiga delar av vår identitet och genom denna konsumtion berättar vi för andra vilka vi är. Konsumtionen präglas mer av nöje och njutning än praktisk funktion och nytta.

Konsumtionsutgifterna skiljer mycket mellan olika typer av hushåll. Ensamstående med barn har lägst utgifter medan sammanboende utan barn har högst, med hänsyn till hushållets sammansättning. När det gäller utgifter för inredning av hemmet och transporter har sammanboende utan barn mer än dubbelt så höga utgifter per person som ensamstående med barn.

Konsumtionsmönstren är fortfarande ojämlika. Även om det finns stora variationer inom grupperna finns det tydliga skillnader i utgifter mellan den genomsnittliga kvinnan och den genomsnittliga mannen. Jämfört med kvinnor är mäns utgifter för personlig hygien bara en bråkdel. Mäns utgifter för kläder och skor är också betydligt lägre än kvinnors. Män ligger också efter kvinnor när det gäller utgifter för allmänna kommunikationsmedel, men när det gäller utgifter för drift av bil ligger männen högst.

Hushållens köp av miljömärkta livsmedel är fortfarande mycket blygsam i förhållande till de totala livsmedelsinköpen. Även om konsumenter kan ta hänsyn till miljön på många andra sätt än att köpa miljömärkt mat, så är det anmärkningsvärt att utgiftsandelen för dessa varor inte ökat sedan 2003.

Hushållen har digitaliserats och många har idag tillgång till digital teknik. Nästan alla hushåll har tillgång till mobiltelefon och dator, internet och dvd-spelare finns i de flesta hushåll. Internetanvändningen har ökat mycket de senaste åren, särskilt i hushåll med bredbandsuppkoppling.

Det är långt kvar till sunda matvanor även om vi ser tecken på en liten förbättring, särskilt bland kvinnor. Frukt och grönsaker har fått en något större andel av hushållsbudgeten de senaste åren och andelen konsumenter som uppger att de äter frukt och grönt flera gånger per dag ökar. Läskedryckers andel av hushållsbudgeten visar istället på en liten minskning.

Ulrika Holmberg | ek dr | Centrum för konsumtionsvetenskap

REFERENSER

Becker, W., och Livsmedelsverket. (2007). *Indikatorer för bra matvanor: Resultat från intervjuundersökningar 2005 och 2006*. Uppsala: Livsmedelsverket.

Berg, C., Rosengren, A., Aires, N., Lappas, G., Toren, K., Thelle, D., et al. (2005). Trends in overweight and obesity from 1985 to 2002 in Goteborg, West Sweden. *Int J Obes*, 29(8), 916-924.

Bergström, Annika (2008) Web 2.0 – om deltagande online, i Holmberg Sören och Lennart Weibull (red), *Skilda världar*. Göteborg: SOM-institutet (rapport 44).

Brembeck, H., Karlsson, MA., Ossiansson, E., Shanahan, H., Jonsson, L. och Bergström, K. 2005. *Vin, växthus och vänskap*. CFK-Rapport 2005:04.

Carlsson, Ulla och Ulrika Facht, (red) (2007) *MedieSverige 2007. Statistik & analys*. Göteborg: Nordicom-Sverige.

Findahl, Olle (2008) *Svenskarna och internet 2008*. Hudiksvall: World Internet Institute.

Howard, J.A. och Sheth, J. N. (1969), *The Theory of Buyer Behavior*, New York, NY: John Wiley and Sons.

Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2007, *MedieNotiser 1/2008*. Göteborg: Nordicom-Sverige. ISSN 1101-4539.

Nordicom-Sveriges Internetbarometer 2007, *MedieNotiser 2/2008*. Göteborg: Nordicom-Sverige. ISSN 1101-4539.

Poiesz, T. och de Bont, C. (1995) ”Do we need involvement to understand consumer behavior,” i F. Kardes och M. Sujan (red.), *Advances in Consumer Research*, Provo, UT: Association for Consumer Research.

Prisutveckling för telefoni och bredband första halvåret 2008. Stockholm: Post- och Telestyrelsen (PTS-ER-2008:21).

Statistiska Centralbyrån (SCB), statistikdatabas över hushållens utgifter (HUT) (2008) www.scb.se

Statistiska centralbyrån. (2007-10-31). Ulf, undersökningar av levnadsförhållanden (2007) http://www.Scb.Se/templates/subheading____122370.Asp.

Svensk Telemarknad 2007 (2008). Stockholm: Post- och Telestyrelsen (PTS-ER-2008:15).

Trotzig, Elisabeth m fl (2008) *Svensk reklammarknad*. Stockholm: IRM Institutet för Reklam- och Mediestatistik.

Westlund, Oscar (2008) En mobilt uppkopplad nyhetsgeneration?, i Holmberg Sören och Lennart Weibull (red), *Skilda världar*. Göteborg: SOM-institutet (rapport 44).

Ölander, F. och Thøgersen, J. (1995), Understanding of Consumer Behaviour as a Prerequisite for Environmental Protection, *Journal of Consumer Policy*, vol 18., 345-385.

BILAGOR

I bilagorna finns detaljerad statistik till de olika områdena:

Bilaga 1	Konsumtionen i kronor
Bilaga 2	Utgifter per hushåll
Bilaga 3	Välbefinnande
Bilaga 4	Ekologiska livsmedel
Bilaga 5	Mediakonsumtion
Bilaga 6	Matkonsumtion och hälsa
Bilaga 7	Kategorisering av hushållens konsumtion i NR
Bilaga 8	Kategorisering av hushållens utgifter i HUT-undersökningen

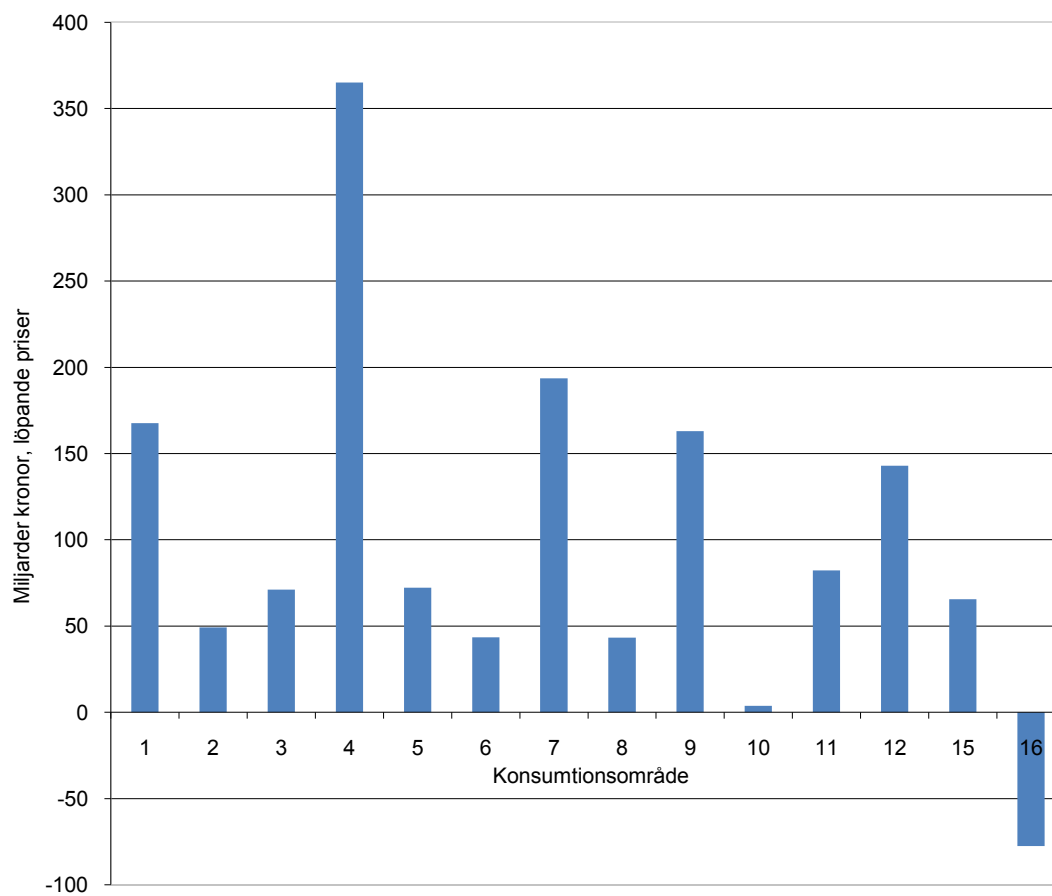
BILAGA 1 KONSUMTIONEN I KRONOR

Tabell 1.1 Hushållens konsumtionsutgifter efter ändamål

	Fasta priser referensår 2000												löpande priser														
	årsstat		årsstat		årsstat		årsstat		årsstat		årsstat		kvartalstat		kvartalstat												
	Mnkr	1997	Mnkr	1998	Mnkr	1999	Mnkr	2000	Mnkr	2001	Mnkr	2002	Mnkr	2003	Mnkr	2004	Mnkr	2005	Mnkr	2006	Mnkr	2007	Mnkr	2007	Mnkr		
01		123 003	123 728	125 162	128 178	131 920	135 946	139 018	141 888	145 505	148 888	151 579	153 917	157 640	161 378	165 106	168 834	172 560	176 286	180 012	183 738	187 464	191 190	194 916	198 642	202 368	
02		42 050	39 896	43 461	43 709	45 123	47 284	47 648	45 629	44 315	45 581	45 581	44 611	49 264	49 264	49 264	49 264	49 264	49 264	49 264	49 264	49 264	49 264	49 264	49 264	49 264	49 264
03		42 146	44 101	46 479	49 327	50 421	53 465	55 223	58 974	62 920	66 771	66 771	68 916	71 183	71 183	71 183	71 183	71 183	71 183	71 183	71 183	71 183	71 183	71 183	71 183	71 183	71 183
04		289 106	289 992	290 634	291 944	295 812	297 235	299 602	299 620	301 505	303 617	303 617	304 235	365 041	365 041	365 041	365 041	365 041	365 041	365 041	365 041	365 041	365 041	365 041	365 041	365 041	365 041
05		38 090	40 029	43 189	46 517	47 308	49 157	51 226	55 171	60 138	66 424	66 424	70 935	72 166	72 166	72 166	72 166	72 166	72 166	72 166	72 166	72 166	72 166	72 166	72 166	72 166	72 166
06		26 841	27 846	27 331	29 444	30 766	30 966	31 208	31 778	33 077	34 422	34 422	35 133	43 553	43 553	43 553	43 553	43 553	43 553	43 553	43 553	43 553	43 553	43 553	43 553	43 553	43 553
07		133 982	140 962	151 985	155 379	149 075	153 708	154 068	159 576	165 381	163 202	163 202	168 178	193 541	193 541	193 541	193 541	193 541	193 541	193 541	193 541	193 541	193 541	193 541	193 541	193 541	193 541
08		22 658	25 566	27 547	31 294	36 610	40 495	44 097	47 446	49 587	52 585	52 585	53 179	43 353	43 353	43 353	43 353	43 353	43 353	43 353	43 353	43 353	43 353	43 353	43 353	43 353	43 353
09		94 181	103 321	113 137	123 098	127 492	132 894	140 285	146 547	153 331	162 605	162 605	180 069	162 980	162 980	162 980	162 980	162 980	162 980	162 980	162 980	162 980	162 980	162 980	162 980	162 980	162 980
10		49	45	42	33	26	24	3 186	3 328	3 488	3 488	3 488	3 488	3 801	3 801	3 801	3 801	3 801	3 801	3 801	3 801	3 801	3 801	3 801	3 801	3 801	3 801
11		50 901	54 034	56 177	58 577	60 074	59 721	60 012	59 067	61 902	63 633	63 633	67 680	82 188	82 188	82 188	82 188	82 188	82 188	82 188	82 188	82 188	82 188	82 188	82 188	82 188	82 188
12		90 909	93 992	101 165	107 498	106 944	110 598	106 662	111 474	118 004	118 004	118 004	118 004	142 946	142 946	142 946	142 946	142 946	142 946	142 946	142 946	142 946	142 946	142 946	142 946	142 946	142 946
		953 302	983 165	1 025 938	1 064 998	1 081 571	1 111 270	1 131 833	1 159 013	1 196 709	1 233 503	1 233 503	1 275 021	1 397 656	1 397 656	1 397 656	1 397 656	1 397 656	1 397 656	1 397 656	1 397 656	1 397 656	1 397 656	1 397 656	1 397 656	1 397 656	1 397 656
15		35 795	40 369	41 376	49 837	43 331	42 570	40 762	45 876	47 632	49 800	49 800	54 422	65 617	65 617	65 617	65 617	65 617	65 617	65 617	65 617	65 617	65 617	65 617	65 617	65 617	65 617
16		-31 240	-35 746	-36 364	-38 534	-44 487	-45 135	-42 162	-44 946	-53 048	-63 025	-63 025	-69 498	-77 597	-77 597	-77 597	-77 597	-77 597	-77 597	-77 597	-77 597	-77 597	-77 597	-77 597	-77 597	-77 597	-77 597
		957 984	987 786	1 030 958	1 076 301	1 080 415	1 108 516	1 130 031	1 159 753	1 191 203	1 220 281	1 220 281	1 260 204	1 385 676	1 385 676	1 385 676	1 385 676	1 385 676	1 385 676	1 385 676	1 385 676	1 385 676	1 385 676	1 385 676	1 385 676	1 385 676	1 385 676

Källa: SCB, Nationalräkenskaperna, hushållens konsumtion
Beloppen är uppdaterade enligt publicering 2008-11-28

Figur 1.1 Hushållens konsumtion i Sverige efter ändamål 2007



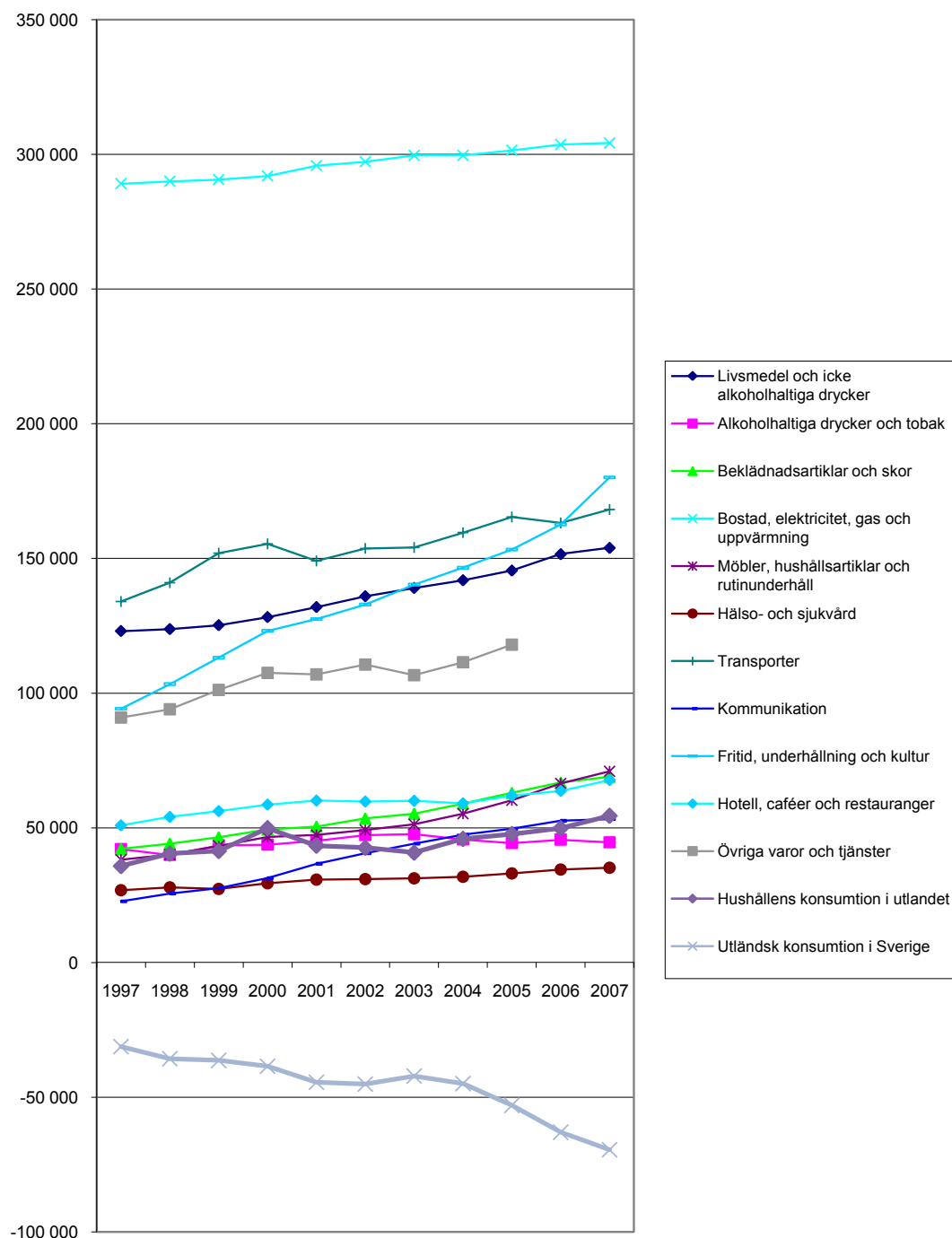
Tabell 1.2 Hushållens konsumtionsutgifter efter ändamål, ackumulerad förändring i %

	1997		1998		1999		2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		
	årsstat	Mnkr	årsstat	Mnkr	årsstat	Mnkr	årsstat	Mnkr	årsstat	Mnkr	årsstat	Mnkr	årsstat	Mnkr	årsstat	Mnkr	årsstat	Mnkr	årsstat	Mnkr	årsstat	Mnkr	
01 Livsmedel och icke alkoholhaltiga drycker	0%	1%	2%	4%	7%	11%	13%	15%	18%	23%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%
02 Alkoholhaltiga drycker och tobak	0%	-5%	3%	4%	7%	12%	13%	9%	5%	8%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%
03 Beklädnadsartiklar och skor	0%	5%	10%	17%	20%	27%	31%	40%	49%	58%	64%	64%	64%	64%	64%	64%	64%	64%	64%	64%	64%	64%	64%
04 Bostad, elektricitet, gas och uppvärmning	0%	0%	1%	1%	2%	3%	4%	4%	4%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
05 Möbler, hushållsartiklar och rutinunderhåll	0%	5%	13%	22%	24%	29%	34%	45%	58%	74%	86%	86%	86%	86%	86%	86%	86%	86%	86%	86%	86%	86%	86%
06 Hälsa- och sjukvård	0%	4%	2%	10%	15%	15%	16%	18%	23%	28%	31%	31%	31%	31%	31%	31%	31%	31%	31%	31%	31%	31%	31%
07 Transporter	0%	5%	13%	16%	11%	15%	15%	19%	23%	26%	26%	26%	26%	26%	26%	26%	26%	26%	26%	26%	26%	26%	26%
08 Kommunikation	0%	13%	22%	38%	62%	79%	95%	109%	119%	132%	135%	135%	135%	135%	135%	135%	135%	135%	135%	135%	135%	135%	135%
09 Fritid, underhållning och kultur	0%	10%	20%	31%	35%	41%	49%	56%	63%	73%	91%	91%	91%	91%	91%	91%	91%	91%	91%	91%	91%	91%	91%
11 Hotell, caféer och restauranger	0%	6%	10%	15%	18%	17%	18%	16%	22%	25%	33%	33%	33%	33%	33%	33%	33%	33%	33%	33%	33%	33%	33%
12 Övriga varor och tjänster	0%	3%	11%	18%	18%	22%	17%	23%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%
Delsumma	0%	3%	8%	12%	13%	17%	19%	22%	26%	29%	34%	34%	34%	34%	34%	34%	34%	34%	34%	34%	34%	34%	34%
15 Hushållens konsumtion i utlandet	0%	13%	16%	39%	21%	19%	14%	28%	33%	39%	52%	52%	52%	52%	52%	52%	52%	52%	52%	52%	52%	52%	52%
16 Utländsk konsumtion i Sverige	0%	14%	16%	23%	42%	44%	35%	44%	70%	102%	122%	122%	122%	122%	122%	122%	122%	122%	122%	122%	122%	122%	122%
Hushållens totala konsumtionsutgifter	0%	3%	8%	12%	13%	16%	18%	21%	24%	27%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%

Källa: SCB, Nationalräkenskaperna, hushållens konsumtion
Beloppen är uppdaterade enligt publicering 2008-11-28

Figur 1.2 Hushållens konsumtion efter ändamål, 1997-2007.

Miljoner kronor i fasta priser, referensår 2000.



Källa: SCB, Nationalräkenskaperna, hushållens utgifter

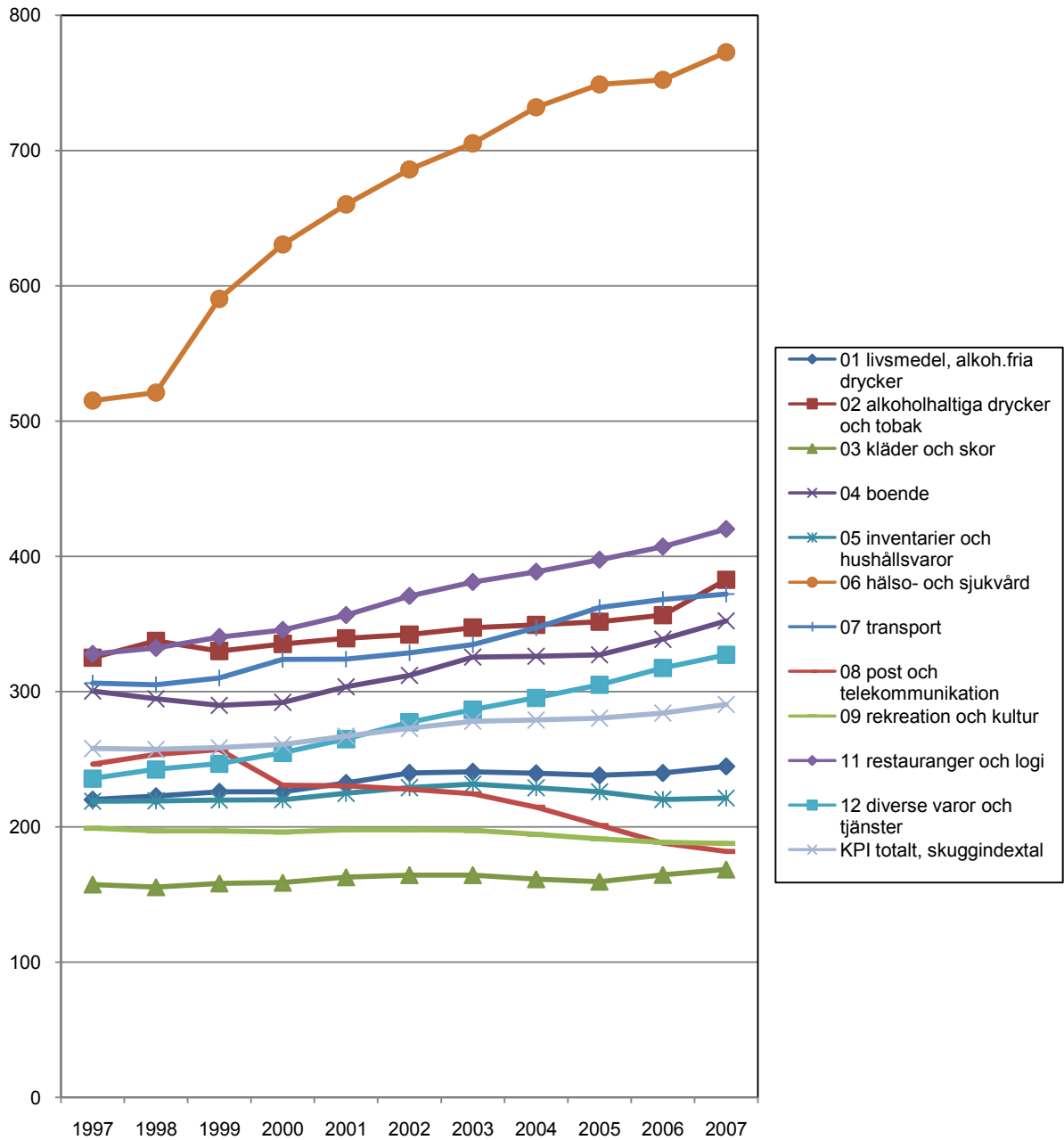
Tabell 1.3 Konsumentprisindex

Konsumtionsområden	KPI 1997	KPI 2006	KPI 2007	Jmf 06-07	Jmf 97-07
01 livsmedel och alkoholfria drycker	220	240	245	2,0%	11,2%
02 alkoholhaltiga drycker och tobak	325	356	383	7,4%	17,7%
03 kläder och skor	158	165	169	2,4%	7,1%
04 boende	300	339	352	4,0%	17,3%
05 inventarier och hushållsvaror	219	220	221	0,5%	1,1%
06 hälso- och sjukvård	515	752	773	2,7%	50,0%
07 transport	306	368	372	1,1%	21,5%
08 post och telekommunikationer	246	188	182	-3,3%	-26,2%
09 rekreation och kultur	199	189	188	-0,4%	-5,7%
10 utbildning	0	0	0	0,0%	0,0%
11 restauranger och logi	328	407	420	3,2%	28,1%
12 diverse varor och tjänster	236	317	327	3,1%	38,7%
KPI totalt, skuggindex	258	284	291	2,2%	12,6%

Källa: SCB Konsumentprisindex. Årsmedeltalen är beräknade på indextal med två decimaler.

Figur 1.3 Konsumentprisindex 1997-2007

1980 = 100



Källa: SCB, Konsumentprisindex, KPI

BILAGA 2 UTGIFTER PER HUSHÅLL

Tabell 2.1 Utgifter i kronor per hushåll år 2007 - hushållsgrupp med 95% konfidensintervall

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sam- manboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
	152	367	899	640	86	110	2 254
Genomsnittligt antal personer	2,5	1,0	3,9	2,0	4,6	2,6	2,1
Antal konsumtionsenheter	1,71	1,00	2,41	1,51	2,92	1,94	1,56
Beräknad populationsstorlek	243 130 ± 29 610	1 496 810 ± 102 860	821 830 ± 28 890	1 152 690 ± 56 590	79 110 ± 16 600	186 770 ± 30 650	3 980 340 ± 68 440
TOTALA UTGIFTER	226 680 ± 17 020	166 120 ± 9 900	384 350 ± 11 440	294 540 ± 11 860	423 250 ± 50 560	290 580 ± 28 070	263 020 ± 6 380
KÖPTA LIVSMEDEL	28 300 ± 2 360	17 280 ± 1 080	48 220 ± 1 440	33 980 ± 1 140	53 760 ± 5 860	35 020 ± 3 410	30 740 ± 750
Bröd, spannmålsprodukter	5 070 ± 560	2 960 ± 250	8 300 ± 320	5 130 ± 250	8 440 ± 1 030	6 240 ± 930	5 080 ± 160
Kött	5 350 ± 780	3 110 ± 290	9 480 ± 460	6 740 ± 380	11 270 ± 1 650	6 480 ± 1 020	5 940 ± 210
Fisk och skaldjur	1 280 ± 290	1 070 ± 150	2 400 ± 190	2 780 ± 230	3 090 ± 1 040	2 590 ± 590	1 970 ± 110
Mjök, ost och ägg	4 540 ± 390	2 750 ± 240	7 600 ± 260	5 680 ± 230	8 130 ± 990	5 970 ± 750	4 970 ± 150
Oljor och fetter	710 ± 150	520 ± 70	1 180 ± 70	950 ± 60	1 290 ± 270	820 ± 160	820 ± 40
Frukt och grönsaker	2 250 ± 360	1 600 ± 190	4 010 ± 230	3 150 ± 200	4 260 ± 860	2 760 ± 490	2 690 ± 110
Grönsaker	3 020 ± 440	2 030 ± 200	5 250 ± 210	4 110 ± 210	5 990 ± 1 060	3 960 ± 570	3 530 ± 130
Sötsaker, socker	2 980 ± 400	1 650 ± 180	5 060 ± 260	2 780 ± 170	5 060 ± 760	3 080 ± 470	2 900 ± 110
Såser, dressingar, kryddsåser	630 ± 130	260 ± 50	860 ± 60	580 ± 60	1 080 ± 210	600 ± 160	530 ± 30
Salt och kryddor	280 ± 80	220 ± 50	490 ± 50	400 ± 80	760 ± 230	300 ± 80	350 ± 30
Bakpulver, övriga hushålls- tillsatser, buljong	240 ± 80	170 ± 40	360 ± 50	370 ± 50	300 ± 130	270 ± 100	280 ± 20
Snacks	530 ± 120	170 ± 50	720 ± 60	260 ± 40	660 ± 170	400 ± 120	350 ± 30
Ospeck livsmedel	1 420 ± 1 180	750 ± 370	2 480 ± 760	1 050 ± 410	3 410 ± 3 300	1 530 ± 1 240	1 320 ± 270
ALKOHOLFRIA DRYCKER	2 420 ± 330	1 470 ± 150	3 690 ± 180	2 550 ± 160	4 140 ± 620	2 520 ± 420	2 400 ± 90
Frukt- och grönsaksjuice, nektar	470 ± 120	260 ± 50	800 ± 60	520 ± 60	780 ± 210	600 ± 250	480 ± 30
Läskedrycker	1 110 ± 210	510 ± 90	1 660 ± 120	760 ± 80	1 620 ± 350	920 ± 200	900 ± 50
Mineral- o. sodavatten	190 ± 70	140 ± 30	280 ± 30	250 ± 40	340 ± 160	200 ± 80	210 ± 20
Kaffe	430 ± 130	460 ± 90	670 ± 70	860 ± 90	1 090 ± 360	620 ± 190	640 ± 50
Te	170 ± 70	90 ± 40	210 ± 40	150 ± 30	160 ± 100	180 ± 90	140 ± 20
Kakao	40 ± 20	.	80 ± 10	20 ± 10	150 ± 70	.	30 ± 10

Forts.

Forts. Tabell 2.1 Utgifter i kronor per hushåll år 2007 - hushållgrupper med 95% konfidensintervall

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sammanb. med barn	Övriga	Samtliga hushåll
UTEMÅLTIDER	8 860	7 360	13 310	11 530	18 900	9 640	10 220
	± 2 120	± 1 190	± 1 090	± 1 190	± 5 780	± 2 490	± 620
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)	2 360	2 930	3 880	4 890	5 950	3 180	3 730
	± 670	± 610	± 480	± 690	± 1 970	± 1 050	± 320
TOBAK	2 080	1 410	2 040	1 950	2 070	2 410	1 800
	± 700	± 360	± 290	± 400	± 930	± 1 240	± 200
FÖRBRUKNINGSVAROR	5 410	2 780	9 020	5 410	8 450	5 220	5 220
	± 1 170	± 400	± 510	± 460	± 1 570	± 1 030	± 250
Personlig hygien	3 560	1 530	5 680	2 760	4 900	3 330	3 020
	± 1 070	± 340	± 420	± 350	± 1 370	± 950	± 210
Övriga förbrukningsvaror	1 840	1 250	3 340	2 650	3 550	1 900	2 200
	± 310	± 160	± 200	± 260	± 730	± 350	± 110
HUSHÅLLSTJÄNSTER	7 250	3 830	17 220	8 600	10 000	9 120	8 560
	± 1 640	± 870	± 1 440	± 1 330	± 2 770	± 4 530	± 640
Bamtillsyn	1 740	.	6 570	.	740	.	1 480
	± 500	.	± 520	.	± 470	.	± 110
Fackavgift, övriga försäkringar	1 560	640	3 220	1 310	4 190	2 100	1 560
	± 290	± 180	± 300	± 200	± 1 370	± 680	± 120
Övriga tjänster	3 950	3 190	7 430	7 280	5 070	6 870	5 510
	± 1 470	± 850	± 1 260	± 1 310	± 2 280	± 4 400	± 610
KLÄDER OCH SKOR	11 590	8 230	24 190	15 280	25 030	15 380	14 440
	± 2 640	± 1 670	± 2 040	± 2 260	± 7 510	± 4 330	± 1 060
Kläder	9 170	6 720	20 070	12 790	21 930	12 370	11 950
	± 2 340	± 1 510	± 1 850	± 2 040	± 7 250	± 3 630	± 950
därav Utekläder	1 410	1 940	4 400	2 690	3 870	3 250	2 740
	± 880	± 980	± 950	± 900	± 2 790	± 1 880	± 510
Övriga kläder	5 740	3 540	11 110	7 990	14 420	6 830	6 900
	± 1 920	± 960	± 1 250	± 1 650	± 4 940	± 2 770	± 690
Underkläder	970	720	2 090	1 200	2 180	1 330	1 210
	± 380	± 230	± 270	± 220	± 730	± 700	± 130
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	350	330	1 080	500	860	540	550
	± 210	± 160	± 250	± 140	± 560	± 360	± 90
Skor	2 420	1 450	4 080	2 500	3 100	3 010	2 460
	± 910	± 650	± 570	± 630	± 1 800	± 1 520	± 340
BOSTAD	69 370	50 880	86 110	64 070	84 710	67 920	64 580
	± 3 650	± 2 280	± 2 670	± 2 590	± 7 420	± 6 820	± 1 350
Hyra/avgift för hyres-/borätt (inkl garage)	45 430	34 300	22 630	23 680	20 920	29 580	29 010
	± 5 040	± 2 270	± 2 290	± 2 300	± 8 490	± 6 750	± 1 220
Reparationer	1 820	1 780	8 680	5 100	4 610	4 890	4 370
	± 1 140	± 720	± 1 770	± 1 340	± 1 770	± 3 670	± 630
Hem- och villaförsäkring	1 490	1 330	2 770	2 200	2 880	2 050	1 950
	± 220	± 150	± 150	± 120	± 340	± 330	± 70
Tjänster förknippade med bostaden	2 650	1 710	6 710	5 340	9 540	5 060	4 160
	± 940	± 400	± 470	± 520	± 2 450	± 1 330	± 250
Elektricitet, gas och andra bränslen	7 880	5 540	14 750	11 640	17 150	11 990	9 890
	± 1 170	± 740	± 790	± 930	± 2 200	± 2 340	± 450
Räntor (brutto)	9 560	5 030	28 600	14 010	28 380	12 970	13 610
	± 2 980	± 1 230	± 2 040	± 1 730	± 6 490	± 3 550	± 850

Forts.

Forts. Tabell 2.1 Utgifter i kronor per hushåll år 2007 - hushållgrupper med 95% konfidensintervall

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sammanb. med barn	Övriga	Samtliga hushåll
MÖBLER, INVENTARIER, TEXTILIER, HUSHÅLLSUTRUSTNING	9 930	7 390	23 230	21 630	31 080	18 600	15 940
	± 3 300	± 1 520	± 1 890	± 2 840	± 8 320	± 7 300	± 1 180
Möbler och inventarier, mattor och andra golvbeläggningar	5 120	2 720	10 550	8 520	9 980	7 860	6 550
	± 1 940	± 660	± 1 240	± 1 550	± 3 010	± 2 650	± 610
Textilier	1 160	440	2 060	2 570	2 170	.	1 660
	± 540	± 190	± 530	± 1 330	± 1 500	.	± 500
Hushållsutrustning	3 660	4 230	10 620	10 540	18 930	6 280	7 730
	± 1 360	± 1 180	± 980	± 1 690	± 7 390	± 1 480	± 720
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	4 050	4 020	7 050	8 750	7 860	11 080	6 430
	± 1 190	± 1 270	± 1 030	± 1 740	± 3 830	± 4 450	± 770
TRANSPORT	30 370	28 460	68 740	56 760	80 920	52 670	47 270
	± 6 610	± 6 340	± 5 410	± 6 460	± 25 060	± 11 440	± 3 380
Inköp av bil	7 630	7 680	24 230	20 590	24 770	13 710	15 450
	± 4 480	± 4 220	± 4 160	± 5 110	± 14 930	± 7 040	± 2 410
Inköp av övriga persontransportmedel	.	1 690	4 050	4 300	.	1 890	2 950
	.	± 1 440	± 1 300	± 2 750	.	± 1 340	± 1 030
Drift av bil	16 130	14 720	31 730	25 130	38 280	28 230	22 430
	± 2 930	± 3 420	± 2 250	± 1 890	± 7 100	± 7 170	± 1 530
Ränta (bil - brutto), bilskatt	1 400	950	2 890	2 550	3 910	2 320	1 970
	± 280	± 120	± 300	± 440	± 1 620	± 510	± 160
Drift av övriga persontransportmedel	590	570	1 270	790	1 020	700	790
	± 290	± 340	± 310	± 260	± 780	± 450	± 160
Ränta (ej bil - brutto), fordonskatt (ej bil)	.	20	90	100	.	.	70
	.	± 10	± 50	± 90	.	.	± 30
Lokalresor, transporttjänster	4 470	2 840	4 460	3 300	6 020	5 540	3 600
	± 2 220	± 630	± 820	± 700	± 3 690	± 2 510	± 400
FRITID OCH KULTUR	43 360	28 170	73 240	56 560	87 830	53 640	49 000
	± 6 190	± 5 590	± 4 100	± 3 760	± 18 400	± 7 070	± 2 610
Fritidsbostad	.	1 060	2 420	3 420	4 600	2 000	2 090
	.	± 400	± 600	± 680	± 3 170	± 880	± 280
Radio och TV	2 590	2 130	5 730	3 580	5 990	3 480	3 460
	± 730	± 500	± 560	± 520	± 2 280	± 1 250	± 280
Lek, sport, hobby	6 770	1 850	10 360	4 430	17 890	3 800	5 070
	± 2 920	± 720	± 1 390	± 1 090	± 12 740	± 1 690	± 600
Ur, kamera, fototjänster	880	1 250	2 660	1 760	2 400	1 340	1 690
	± 490	± 530	± 1 150	± 880	± 960	± 950	± 410
Resor, hotell	8 190	7 650	17 740	14 760	18 710	13 850	12 340
	± 2 610	± 1 260	± 1 820	± 1 610	± 5 250	± 3 970	± 790
Övrig fritid	6 320	.	12 780	11 410	11 290	10 080	8 220
	± 1 520	.	± 2 300	± 2 320	± 2 930	± 3 620	± 2 200
Underhållning	1 700	750	1 460	1 390	2 110	1 440	1 200
	± 970	± 280	± 300	± 400	± 1 090	± 700	± 180
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	9 120	5 790	11 970	10 010	13 130	9 850	8 830
	± 1 170	± 500	± 590	± 930	± 2 490	± 1 410	± 370
Mobiltelefon (samtal och abonnemang)	3 690	1 990	3 600	2 270	6 230	3 670	2 670
	± 650	± 360	± 280	± 280	± 1 590	± 1 250	± 180
Fast telefon (samtal och abonnemang)	3 760	2 510	4 510	3 520	5 480	4 130	3 430
	± 490	± 210	± 200	± 180	± 650	± 480	± 110

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT)

Tabell 2.2 Utgifter i kronor per konsumtionsenhet år 2007 - hushållsgrupp med 95% konfidensintervall

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sam- manboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
Antal medverkande hushåll	152	367	899	640	86	110	2 254
Genomsnittligt antal personer	2,5	1,0	3,9	2,0	4,6	2,6	2,1
Antal konsumtionsenheter	1,71	1,00	2,41	1,51	2,92	1,94	1,56
Beräknad populationsstorlek	243 130 ± 29 610	1 496 810 ± 102 860	821 830 ± 28 890	1 152 690 ± 56 590	79 110 ± 16 600	186 770 ± 30 650	3 980 340 ± 68 440
TOTALA UTGIFTERNA	132 561	166 120	159 481	195 060	144 949	149 784	168 603
±	9 953	± 9 900	4 747	7 854	17 315	14 469	4 090
KÖPTA LIVSMEDEL	16 550	17 280	20 008	22 503	18 411	18 052	19 705
±	1 380	± 1 080	598	755	2 007	1 758	481
Bröd, spannmålsprodukter	2 965	2 960	3 444	3 397	2 890	3 216	3 256
±	327	± 250	133	166	353	479	103
Kött	3 129	3 110	3 934	4 464	3 860	3 340	3 808
±	456	± 290	191	252	565	526	135
Fisk och skaldjur	749	1 070	996	1 841	1 058	1 335	1 263
±	170	± 150	79	152	356	304	71
Mjök, ost och ägg	2 655	2 750	3 154	3 762	2 784	3 077	3 186
±	228	± 240	108	152	339	387	96
Oljor och fetter	415	520	490	629	442	423	526
±	88	± 70	29	40	92	82	26
Frukt och bär	1 316	1 600	1 664	2 086	1 459	1 423	1 724
±	211	± 190	95	132	295	253	71
Grönsaker	1 766	2 030	2 178	2 722	2 051	2 041	2 263
±	257	± 200	87	139	363	294	83
Sötsaker, socker	1 743	1 650	2 100	1 841	1 733	1 588	1 859
±	234	± 180	108	113	260	242	71
Såser, dressingar, kryddsåser	368	260	357	384	370	309	340
±	76	± 50	25	40	72	82	19
Salt och kryddor	164	220	203	265	260	155	224
±	47	± 50	21	53	79	41	19
Bakpulver, buljong, övr	140	170	149	245	103	139	179
±	47	± 40	21	33	45	52	13
Snacks	310	170	299	172	226	206	224
±	70	± 50	25	26	58	62	19
Ospec livsmedel	830	750	1 029	695	1 168	789	846
±	690	± 370	315	272	1 130	639	173
ALKOHOLFRIA DRYCKER	1 415	1 470	1 531	1 689	1 418	1 299	1 538
±	193	± 150	75	106	212	216	58
Frukt- och grönsaksjuice, nektar	275	260	332	344	267	309	308
±	70	± 50	25	40	72	129	19
Läskedrycker	649	510	689	503	555	474	577
±	123	± 90	50	53	120	103	32
Mineral- o. sodavatten	111	140	116	166	116	103	135
±	41	± 30	12	26	55	41	13
Kaffe	251	460	278	570	373	320	410
±	76	± 90	29	60	123	98	32
Te	99	90	87	99	55	93	90
±	41	± 40	17	20	34	46	13
Kakao	23	.	33	13	51	.	19
±	12	.	4	7	24	.	6

Forts.

Forts. Tabell 2.2 Utgifter i kronor per konsumtionsenhet år 2007 - hushållsgrupp med 95% konfidensintervall

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sammanb. med barn	Övriga	Samtliga hushåll
UTEMÅLTIDER	5 181	7 360	5 523	7 636	6 473	4 969	6 551
±	1 240	± 1 190	452	788	1 979	1 284	397
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER	1 380	2 930	1 610	3 238	2 038	1 639	2 391
±	392	± 610	199	457	675	541	205
TOBAK	1 216	1 410	846	1 291	709	1 242	1 154
±	409	± 360	120	265	318	639	128
FÖRBRUKNINGSVAROR	3 164	2 780	3 743	3 583	2 894	2 691	3 346
±	684	± 400	212	305	538	531	160
Personlig hygien	2 082	1 530	2 357	1 828	1 678	1 716	1 936
±	626	± 340	174	232	469	490	135
Övriga förbrukningsvaror	1 076	1 250	1 386	1 755	1 216	979	1 410
±	181	± 160	83	172	250	180	71
HUSHÅLLSTJÄNSTER	4 240	3 830	7 145	5 695	3 425	4 701	5 487
±	959	± 870	598	881	949	2 335	410
Bartillsyn	1 018	.	2 726	.	253	.	949
±	292	.	216	.	161	.	71
Fackavgift, övriga försäkringar	912	640	1 336	868	1 435	1 082	1 000
±	170	± 180	124	132	469	351	77
Övriga tjänster	2 310	3 190	3 083	4 821	1 736	3 541	3 532
±	860	± 850	523	868	781	2 268	391
KLÄDER OCH SKOR	6 778	8 230	10 037	10 119	8 572	7 928	9 256
±	1 544	± 1 670	846	1 497	2 572	2 232	679
Kläder	5 363	6 720	8 328	8 470	7 510	6 376	7 660
±	1 368	± 1 510	768	1 351	2 483	1 871	609
därav Utekläder	825	1 940	1 826	1 781	1 325	1 675	1 756
±	515	± 980	394	596	955	969	327
Övriga kläder	3 357	3 540	4 610	5 291	4 938	3 521	4 423
±	1 123	± 960	519	1 093	1 692	1 428	442
Underkläder	567	720	867	795	747	686	776
±	222	± 230	112	146	250	361	83
Accessoarer, hattar,	205	330	448	331	295	278	353
±	123	± 160	104	93	192	186	58
Skor	1 415	1 450	1 693	1 656	1 062	1 552	1 577
±	532	± 650	237	417	616	784	218
BOSTAD	40 567	50 880	35 730	42 430	29 010	35 010	41 397
±	2 135	± 2 280	1 108	1 715	2 541	3 515	865
Hyra/avgift för hyres-/borätt	26 567	34 300	9 390	15 682	7 164	15 247	18 596
±	2 947	± 2 270	950	1 523	2 908	3 479	782
Reparationer	1 064	1 780	3 602	3 377	1 579	2 521	2 801
±	667	± 720	734	887	606	1 892	404
Hem- och villaförsäkring	871	1 330	1 149	1 457	986	1 057	1 250
±	129	± 150	62	79	116	170	45
Tjänster förknippade m bostaden	1 550	1 710	2 784	3 536	3 267	2 608	2 667
±	550	± 400	195	344	839	686	160
Elektricitet, gas och andra bränslen	4 608	5 540	6 120	7 709	5 873	6 180	6 340
±	684	± 740	328	616	753	1 206	288
Räntor (brutto)	5 591	5 030	11 867	9 278	9 719	6 686	8 724
±	1 743	± 1 230	846	1 146	2 223	1 830	545

Forts.

Forts. Tabell 2.2 Utgifter i kronor per konsumtionsenhet år 2007 - hushållsgrupp med 95% konfidensintervall

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sammanb. med barn	Övriga	Samtliga hushåll
MÖBLER, INVEN, TEXTIL, H.UTR	5 807	7 390	9 639	14 325	10 644	9 588	10 218
±	1 930	1 520	784	1 881	2 849	3 763	756
Möbler, invent, mattor, golv	2 994	2 720	4 378	5 642	3 418	4 052	4 199
±	1 135	660	515	1 026	1 031	1 366	391
Textilier	678	440	855	1 702	743	.	1 064
±	316	190	220	881	514	.	321
Hushållsutrustning	2 140	4 230	4 407	6 980	6 483	3 237	4 955
±	795	1 180	407	1 119	2 531	763	462
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	2 368	4 020	2 925	5 795	2 692	5 711	4 122
±	696	1 270	427	1 152	1 312	2 294	494
TRANSPORT	17 760	28 460	28 523	37 589	27 712	27 149	30 301
±	3 865	6 340	2 245	4 278	8 582	5 897	2 167
Inköp av bil	4 462	7 680	10 054	13 636	8 483	7 067	9 904
±	2 620	4 220	1 726	3 384	5 113	3 629	1 545
Inköp av övr persontransportmedel	.	1 690	1 680	2 848	.	974	1 891
±	.	1 440	539	1 821	.	691	660
Drift av bil	9 433	14 720	13 166	16 642	13 110	14 552	14 378
±	1 713	3 420	934	1 252	2 432	3 696	981
Ränta (bil - brutto), bilskatt	819	950	1 199	1 689	1 339	1 196	1 263
±	164	120	124	291	555	263	103
Drift av övr persontransportmedel	345	570	527	523	349	361	506
±	170	340	129	172	267	232	103
Ränta (ej bil - brutto), fordonskatt	.	20	37	66	.	.	45
±	.	10	21	60	.	.	19
Lokalresor, transporttjänster	2 614	2 840	1 851	2 185	2 062	2 856	2 308
±	1 298	630	340	464	1 264	1 294	256
FRITID OCH KULTUR	25 357	28 170	30 390	37 457			
±	3 620	5 590	1 701	2 490			
Fritidsbostad	.	1 060	1 004	2 265			
±	.	400	249	450	1 086	454	179
Radio och TV	1 515	2 130	2 378	2 371	2 051	1 794	2 218
±	427	500	232	344	781	644	179
Lek, sport, hobby	3 959	1 850	4 299	2 934	6 127	1 959	3 250
±	1 708	720	577	722	4 363	871	385
Ur, kamera, fototjänster	515	1 250	1 104	1 166	822	691	1 083
±	287	530	477	583	329	490	263
Resor, hotell	4 789	7 650	7 361	9 775	6 408	7 139	7 910
±	1 526	1 260	755	1 066	1 798	2 046	506
Övrig fritid	3 696	.	5 303	7 556	3 866	5 196	5 269
±	889	.	954	1 536	1 003	1 866	1 410
Underhållning	994	750	606	921	723	742	769
±	567	280	124	265	373	361	115
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	5 333	5 790	4 967	6 629	4 497	5 077	5 660
±	684	500	245	616	853	727	237
Mobiltelefon (samtal och abonnem.)	2 158	1 990	1 494	1 503	2 134	1 892	1 712
±	380	360	116	185	545	644	115
Fast telefon (samtal och abonnem.)	2 199	2 510	1 871	2 331	1 877	2 129	2 199
±	287	210	83	119	223	247	71

Anmärkning: Alkohol och tobaksutgifterna är endast fördelade på de vuxna i familjer med barn under 20 år

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT)

Tabell 2.3 Andel av totala utgifter per hushåll år 2007 - hushållsgrupper, 95% konf.interv.

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sam- manboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
Antal medverkande hushåll	152	367	899	640	86	110	2254
Genomsnittligt antal personer	2,5	1,0	3,9	2,0	4,6	2,7	2,1
Antal konsumtionsenheter	1,71	1,00	2,41	1,51	2,92	1,94	1,57
Beräknad populationsstorlek	241 250 ± 28 860	1 496 530 ± 102 870	822 430 ± 28 540	1 151 770 ± 56 300	79 100 ± 16 620	186 430 ± 30 480	3 977 510 ± 68 310
Hushållets genomsnittliga disponibla inkomst	236 660 ± 14 270	195 420 ± 11 630	485 690 ± 32 660	406 730 ± 16 560	593 960 ± 54 770	445 980 ± 58 700	338 800 ± 10 160
TOTALA UTGIFTERNA	100	100	100	100	100	100	100
KÖPTA LIVSMEDEL	13,2 ± 1,1	11,6 ± 0,7	13,5 ± 0,4	13,2 ± 0,5	13,7 ± 1,5	13,3 ± 1,6	12,7 ± 0,3
ALKOHOLFRIA DRYCKER	1,1 ± 0,2	1,0 ± 0,1	1,0 ± 0,1	1,0 ± 0,1	1,0 ± 0,2	0,9 ± 0,2	1,0 ± 0,1
UTEMÅLTIDER	3,4 ± 0,7	4,4 ± 0,7	3,1 ± 0,2	3,6 ± 0,4	3,8 ± 0,9	3,1 ± 0,7	3,8 ± 0,3
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)	1,0 ± 0,3	1,8 ± 0,4	1,0 ± 0,1	1,6 ± 0,2	1,3 ± 0,4	1,0 ± 0,3	1,5 ± 0,2
TOBAK	1,1 ± 0,4	1,0 ± 0,3	0,6 ± 0,1	0,7 ± 0,2	0,5 ± 0,2	1,1 ± 0,7	0,8 ± 0,1
FÖRBRUKNINGSVAROR	2,3 ± 0,5	1,7 ± 0,2	2,5 ± 0,1	2,0 ± 0,1	2,2 ± 0,4	1,9 ± 0,4	2,0 ± 0,1
Personlig hygien	1,5 ± 0,4	0,9 ± 0,2	1,6 ± 0,1	0,9 ± 0,1	1,3 ± 0,3	1,2 ± 0,3	1,1 ± 0,1
Övriga förbrukningsvaror	0,9 ± 0,1	0,8 ± 0,1	0,9 ± 0,1	1,0 ± 0,1	1,0 ± 0,2	0,7 ± 0,2	0,9 ± 0,1
HUSHÅLLSTJÄNSTER	3,1 ± 0,6	2,1 ± 0,4	4,4 ± 0,3	2,7 ± 0,4	2,4 ± 0,6	2,3 ± 0,8	2,8 ± 0,2
Barn tillsyn	0,9 ± 0,3	0,0 ± 0,0	1,8 ± 0,2	0,0 ± 0,0	0,4 ± 0,0
Fackavgift, övriga försäkringar	0,8 ± 0,2	0,4 ± 0,1	0,9 ± 0,1	0,5 ± 0,1	1,0 ± 0,4	0,7 ± 0,2	0,6 ± 0,1
Övriga tjänster	1,4 ± 0,5	1,7 ± 0,4	1,7 ± 0,3	2,2 ± 0,4	1,1 ± 0,4	1,6 ± 0,7	1,8 ± 0,2
KLÄDER OCH SKOR	4,5 ± 0,9	4,7 ± 0,9	5,7 ± 0,4	4,4 ± 0,6	5,5 ± 1,4	4,7 ± 1,3	4,8 ± 0,4
Kläder	3,6 ± 0,8	3,7 ± 0,8	4,7 ± 0,4	3,6 ± 0,5	4,8 ± 1,3	3,8 ± 1,1	3,9 ± 0,3
därav Utekläder	0,6 ± 0,3	1,0 ± 0,5	1,0 ± 0,2	0,8 ± 0,2	0,8 ± 0,6	1,3 ± 0,9	0,9 ± 0,2
Övriga kläder	2,2 ± 0,6	1,9 ± 0,5	2,6 ± 0,3	2,2 ± 0,4	3,0 ± 0,9	1,8 ± 0,7	2,2 ± 0,2
Underkläder	0,4 ± 0,2	0,5 ± 0,2	0,5 ± 0,1	0,4 ± 0,1	0,6 ± 0,2	0,4 ± 0,2	0,5 ± 0,1
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	. .	0,2 ± 0,1	0,3 ± 0,1	0,2 ± 0,0	0,2 ± 0,1	0,2 ± 0,1	0,2 ± 0,0
Skor	0,9 ± 0,3	1,0 ± 0,5	1,0 ± 0,1	0,8 ± 0,2	0,8 ± 0,5	0,9 ± 0,4	0,9 ± 0,2
MÖBLER, INVENTARIER, TEXTILIER, HUSHÅLLSUTRUSTNING	3,7 ± 0,8	3,7 ± 0,6	5,6 ± 0,4	6,3 ± 0,6	7,0 ± 1,6	6,0 ± 1,8	5,0 ± 0,3
Möbler och inventarier, mattor och andra golvbeläggningar	1,9 ± 0,5	1,4 ± 0,3	2,5 ± 0,3	2,5 ± 0,4	2,1 ± 0,6	2,9 ± 1,2	2,1 ± 0,2
Textilier	0,5 ± 0,2	0,3 ± 0,1	0,5 ± 0,1	0,7 ± 0,3	0,5 ± 0,4	. .	0,5 ± 0,1
Hushållsutrustning	1,4 ± 0,4	2,1 ± 0,5	2,6 ± 0,2	3,2 ± 0,4	4,3 ± 1,5	2,1 ± 0,6	2,5 ± 0,2

Forts.

Forts. Tabell 2.3 Andel av totala utgifter per hushåll år 2007 - hushållsgrupper, 95% konf.interv.

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sam- manboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
BOSTAD	34,9	34,3	25,2	25,4	23,9	26,7	29,3
	± 2,2	± 1,7	± 0,8	± 0,9	± 2,3	± 2,6	± 0,7
Hyra/avgift för hyres-/borätt (inkl garage)	23,2	23,9	8,2	9,8	6,3	12,4	15,6
	± 3,0	± 1,8	± 0,9	± 1,1	± 2,7	± 3,3	± 0,8
Reparationer	0,7	1,0	1,9	1,6	1,2	1,3	1,4
	± 0,4	± 0,4	± 0,3	± 0,3	± 0,5	± 0,6	± 0,2
Hem- och villaförsäkring	0,7	0,9	0,7	0,9	0,8	0,7	0,8
	± 0,1	± 0,1	± 0,0	± 0,1	± 0,1	± 0,1	± 0,0
Tjänster förknippade med bostaden	1,3	1,1	1,8	2,1	2,6	1,9	1,6
	± 0,5	± 0,3	± 0,1	± 0,2	± 0,7	± 0,6	± 0,1
Elektricitet, gas och andra bränslen	4,0	3,6	4,0	4,6	4,5	4,6	4,0
	± 0,8	± 0,5	± 0,2	± 0,4	± 0,6	± 1,1	± 0,2
Räntor (brutto)	3,9	2,6	6,9	4,4	6,7	4,2	4,3
	± 1,2	± 0,7	± 0,5	± 0,5	± 1,5	± 1,3	± 0,3
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	1,7	2,3	1,8	2,9	1,8	3,3	2,3
	± 0,4	± 0,6	± 0,2	± 0,5	± 0,8	± 1,3	± 0,3
TRANSPORT	10,9	11,9	15,8	16,5	15,9	16,4	14,3
	± 3,3	± 2,1	± 0,9	± 1,1	± 3,3	± 3,0	± 0,9
Inköp av bil	2,5	.	4,7	4,5	3,7	3,8	3,2
	± 1,5	.	± 0,8	± 0,9	± 2,1	± 2,0	± 0,8
Drift av bil	7,3	7,3	8,1	8,8	9,1	9,0	8,0
	± 1,4	± 1,1	± 0,4	± 0,5	± 1,4	± 2,1	± 0,5
Ränta (bil - brutto), bilskatt	0,7	0,6	0,8	1,0	0,9	0,9	0,8
	± 0,1	± 0,1	± 0,1	± 0,2	± 0,3	± 0,2	± 0,1
Drift av övriga persontransport- medel	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
	± 0,2	± 0,2	± 0,1	± 0,1	± 0,2	± 0,2	± 0,1
Lokalresor, transporttjänster	1,6	1,8	1,1	1,1	1,2	1,8	1,4
	± 0,5	± 0,4	± 0,2	± 0,2	± 0,5	± 0,8	± 0,2
FRITID OCH KULTUR	18,5	18,9	18,1	18,9	19,6	18,0	18,7
	± 2,0	± 1,3	± 0,6	± 0,8	± 2,2	± 1,6	± 0,6
Fritidsbostad	0,2	0,6	0,7	1,6	0,9	0,9	0,9
	± 0,1	± 0,2	± 0,2	± 0,3	± 0,5	± 0,3	± 0,1
Radio och TV	1,2	1,4	1,5	1,2	1,3	1,2	1,3
	± 0,5	± 0,4	± 0,2	± 0,2	± 0,4	± 0,4	± 0,2
Lek, sport, hobby	2,4	1,1	2,4	1,3	2,8	1,1	1,5
	± 0,8	± 0,4	± 0,3	± 0,3	± 1,1	± 0,5	± 0,2
Ur, kamera, fototjänster	0,3	0,7	0,6	0,5	0,6	.	0,6
	± 0,2	± 0,3	± 0,1	± 0,1	± 0,2	.	± 0,1
Resor, hotell	3,1	4,4	4,2	4,6	4,3	4,3	4,3
	± 0,9	± 0,7	± 0,4	± 0,5	± 1,3	± 1,3	± 0,3
Övrig fritid	2,5	3,2	2,8	3,5	2,7	3,0	3,2
	± 0,6	± 0,8	± 0,3	± 0,4	± 0,7	± 1,0	± 0,4
Underhållning	0,6	0,4	0,4	0,4	0,6	0,6	0,4
	± 0,4	± 0,1	± 0,1	± 0,1	± 0,3	± 0,4	± 0,1
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	4,5	3,8	3,3	3,5	3,3	3,5	3,6
	± 0,7	± 0,4	± 0,2	± 0,3	± 0,6	± 0,5	± 0,2
Mobiltelefon (samtal och abonnemang)	1,7	1,5	1,0	0,8	1,6	1,4	1,2
	± 0,3	± 0,4	± 0,1	± 0,1	± 0,4	± 0,5	± 0,2
Fast telefon (samtal och abonnemang)	1,9	1,8	1,3	1,5	1,5	1,5	1,6
	± 0,3	± 0,2	± 0,1	± 0,1	± 0,3	± 0,2	± 0,1

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT)

Tabell 2.4 Utgifter i kronor per person, 2007, kvinnor och män 0-65+

	Kvinnor	Män	skillnad	
			Kronor	Andel
Antal medverkande personer	3217	3230		
Beräknad populationsstorlek	4 246 730 ± 98 230	4 221 710 ± 98 030	mäns konsumtion jämfört med kvinnors	
UTEMÅLTIDER	1880	2170	290	15%
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER	150	260	110	73%
TOBAK	290	530	240	83%
FÖRBRUKNINGSVAROR	910	220	-690	-76%
därav Personlig hygien	870	210	-660	-76%
HUSHÅLLSTJÄNSTER	1750	790	-960	-55%
därav Övriga tjänster	1720	770	-950	-55%
KLÄDER OCH SKOR	6970	3680	-3290	-47%
Kläder	5710	3000	-2710	-47%
därav Utekläder	600	430	-170	-28%
Övriga kläder	3340	1820	-1520	-46%
Underkläder	630	220	-410	-65%
Accessoarer, hattar,	210	170	-40	-19%
Skor	1260	680	-580	-46%
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	2460	1600	-860	-35%
TRANSPORT	840	1640	800	95%
därav Drift av bil	240	1130	890	371%
Lokalresor, transporttjänster	550	380	-170	-31%
FRITID OCH KULTUR	2410	2430	20	1%
därav Lek, sport, hobby	990	1220	230	23%
Underhållning	190	170	-20	-11%
Böcker, tidningar, TV-licens	470	400	-70	-15%
TOTALT	34440	23920	-10520	-31%

Anmärkning: Tabellen innehåller alla utgiftsområden för vilka SCB har beräknat skillnader mellan kvinnor och män

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT)

Tabell 2.5 Kvinnor och ålder - utgifter i kronor per person år 2007

	Kvinnor						Alla
	0-12	13-19	20-29	30-49	50-64	65-	
Antal medverkande personer	671	433	258	1071	489	295	3217
Beräknad populationsstorlek	572 080 ± 41 710	417 360 ± 42 110	484 880 ± 52 870	1 269 840 ± 63 880	855 030 ± 69 200	647 550 ± 58 890	4 246 730 ± 98 230
UTEMÅLTIDER	170 ± 50	850 ± 260	3130 ± 830	3190 ± 430	1900 ± 400	530 ± 180	1880 ± 190
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)	.	.	280 ± 160	210 ± 120	220 ± 190	.	150 ± 60
TOBAK	.	.	370 ± 170	400 ± 110	450 ± 190	200 ± 190	290 ± 60
FÖRBRUKNINGSVAROR	390 ± 100	760 ± 310	950 ± 290	1350 ± 210	1030 ± 290	450 ± 160	910 ± 100
därav Personlig hygien	380 ± 100	750 ± 310	940 ± 290	1320 ± 210	920 ± 240	400 ± 140	870 ± 100
HUSHÅLLSTJÄNSTER	320 ± 240	820 ± 340	1280 ± 680	2720 ± 720	2200 ± 850	1490 ± 500	1750 ± 300
därav Övriga tjänster	320 ± 240	820 ± 340	1260 ± 680	2680 ± 720	2090 ± 840	1490 ± 500	1720 ± 300
KLÄDER OCH SKOR	3970 ± 640	6200 ± 1 430	11270 ± 3 200	7640 ± 1 110	6880 ± 1 290	5720 ± 2 010	6970 ± 670
Kläder	3250 ± 560	4920 ± 1 310	9420 ± 2 760	6210 ± 940	5900 ± 1 190	4360 ± 1 930	5710 ± 590
därav Utekläder	230 ± 110	800 ± 710	1070 ± 680	600 ± 290	730 ± 550	.	600 ± 180
Övriga kläder	1900 ± 390	2870 ± 980	5890 ± 2 420	4040 ± 710	3290 ± 760	1700 ± 870	3340 ± 420
Underkläder	330 ± 110	680 ± 230	1020 ± 350	750 ± 210	570 ± 170	430 ± 230	630 ± 90
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	180 ± 70	300 ± 170	230 ± 130	180 ± 70	200 ± 100	260 ± 190	210 ± 50
Skor	690 ± 210	1280 ± 450	1850 ± 1 470	1430 ± 400	980 ± 340	1360 ± 640	1260 ± 250
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	560 ± 370	820 ± 390	1780 ± 1 120	2300 ± 540	4370 ± 1 950	3480 ± 1 510	2460 ± 500
TRANSPORT	.	940 ± 610	1810 ± 870	880 ± 270	1070 ± 550	420 ± 370	840 ± 190
därav Drift av bil	.	.	.	200 ± 150	.	.	240 ± 140
Lokalresor, transporttjänster	.	390 ± 190	1310 ± 660	620 ± 220	570 ± 220	390 ± 360	550 ± 120
FRITID OCH KULTUR	2290 ± 500	3440 ± 1 580	3080 ± 1 180	2840 ± 560	1800 ± 470	1310 ± 490	2410 ± 300
därav Lek, sport, hobby	1440 ± 430	2090 ± 1 490	1000 ± 920	1050 ± 350	650 ± 330	220 ± 140	990 ± 230
Underhållning	80 ± 40	210 ± 110	470 ± 210	180 ± 80	180 ± 120	120 ± 100	190 ± 50
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	400 ± 130	400 ± 130	720 ± 460	580 ± 140	340 ± 110	340 ± 200	470 ± 80

Anmärkning: Tabellen innehåller alla utgiftsområden för vilka SCB har beräknat skillnader mellan kvinnor och män.
Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT)

Tabell 2.6 Män och ålder - utgifter i kronor per person år 2007, 95% konfidensintervall

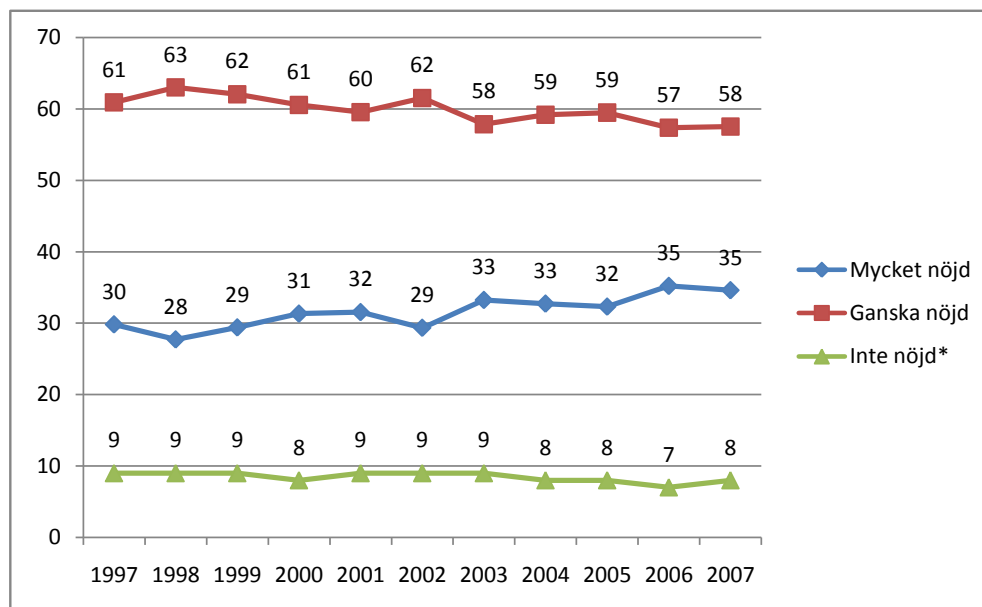
	Män						
	0-12	13-19	20-29	30-49	50-64	65-	Alla
Antal medverkande personer	758	435	262	935	513	327	3230
Beräknad populationsstorlek	666 780 ± 42 450	427 590 ± 42 070	532 180 ± 56 330	1 158 540 ± 66 930	831 200 ± 68 830	605 420 ± 51 300	4 221 710 ± 98 030
UTEMÅLTIDER	200 ± 80	1120 ± 300	3220 ± 860	3690 ± 550	2320 ± 460	1050 ± 400	2170 ± 220
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)	.	.	620 ± 330	330 ± 100	310 ± 160	170 ± 120	260 ± 60
TOBAK	.	110 ± 90	570 ± 250	810 ± 230	930 ± 320	260 ± 150	530 ± 100
FÖRBRUKNINGSVAROR	300 ± 90	100 ± 60	.	180 ± 80	190 ± 100	110 ± 60	220 ± 90
därav Personlig hygien	290 ± 90	100 ± 60	.	170 ± 80	180 ± 90	100 ± 60	210 ± 90
HUSHÅLLSTJÄNSTER	310 ± 120	450 ± 190	690 ± 500	1210 ± 440	900 ± 450	690 ± 480	790 ± 180
därav Övriga tjänster	310 ± 120	450 ± 190	670 ± 500	1180 ± 440	880 ± 440	690 ± 480	770 ± 180
KLÄDER OCH SKOR	3000 ± 510	4520 ± 1 210	4170 ± 1 830	5000 ± 1 260	2690 ± 840	2260 ± 1 210	3680 ± 510
Kläder	2390 ± 440	3480 ± 1 090	3120 ± 1 650	4300 ± 1 160	2070 ± 730	2020 ± 1 180	3000 ± 460
därav Utekläder	160 ± 90	950 ± 650	.	630 ± 410	.	.	430 ± 180
Övriga kläder	1370 ± 320	1780 ± 640	1990 ± 1 130	2430 ± 780	1380 ± 620	1640 ± 1 160	1820 ± 340
Underkläder	210 ± 60	250 ± 120	160 ± 150	310 ± 120	210 ± 110	130 ± 70	220 ± 50
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	190 ± 70	130 ± 90	.	250 ± 140	60 ± 50	.	170 ± 60
Skor	610 ± 190	1040 ± 470	1050 ± 830	700 ± 310	620 ± 410	.	680 ± 170
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	800 ± 680	650 ± 470	.	1400 ± 510	2580 ± 940	3250 ± 1 360	1600 ± 330
TRANSPORT	120 ± 100	1850 ± 1 430	.	1230 ± 660	1260 ± 640	460 ± 360	1640 ± 880
därav Drift av bil	.	950 ± 810	.	670 ± 630	900 ± 600	.	1130 ± 860
Lokalresor, transporttjänster	.	.	790 ± 710	360 ± 120	270 ± 210	170 ± 100	380 ± 160
FRITID OCH KULTUR	2630 ± 700	3390 ± 970	1790 ± 880	3340 ± 1 010	1800 ± 570	1200 ± 530	2430 ± 400
därav Lek, sport, hobby	2020 ± 680	2210 ± 820	1030 ± 640	1250 ± 440	830 ± 470	310 ± 170	1220 ± 270
Underhållning	90 ± 50	280 ± 150	220 ± 130	220 ± 170	130 ± 90	100 ± 70	170 ± 60
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	330 ± 100	590 ± 370	380 ± 360	480 ± 190	380 ± 200	230 ± 200	400 ± 100

Anmärkning: Tabellen innehåller alla utgiftsområden för vilka SCB har beräknat skillnader mellan kvinnor och män

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT)

BILAGA 3 VÄLBEFINNANDE

Figur 3.1. Tillfredsställelse med livet 1997-2007. Andel mycket, ganska och inte nöjda



* Sammanslagning av alternativen "inte särskilt nöjd" och "inte alls nöjd"

Källa: SOM-institutet, Göteborgs universitet

Tabell 3.1. Tillfredsställelse med livet 1997-2007. Andel mycket, ganska och inte nöjda (procent)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Mycket nöjd	30	28	29	31	32	29	33	33	32	35	35
Ganska nöjd	61	63	62	61	60	62	58	59	59	57	58
Inte nöjd*	9	9	9	8	9	9	9	8	8	7	8

* sammanslagning av alternativen "inte särskilt nöjd" och "inte alls nöjd"

Källa: SOM-institutet, Göteborgs universitet

BILAGA 4 EKOLOGISKA LIVSMEDEL

Tabell 4.1 Andel miljömärkta livsmedel och förbrukningsvaror 2003-2007, 95% konf. intervall

	2003	2004	2005	2006	2007
Antal medverkande hushåll	2 273	2 317	2 079	1 972	2 254
Genomsnittligt antal personer	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
konsumtionsenheter	1,62	1,62	1,57	1,59	1,57
Beräknad populationsstorlek	3 914 130 ± 67 080	3 929 450 ± 64 970	3 883 910 ± 68 480	3 988 100 ± 74 600	3 977 510 ± 68 310
TOTALA UTGIFTERNA	253 090 ± 6 360	247 380 ± 5 290	261 310 ± 6 500	263 310 ± 6 240	338 800 ± 10 160
KÖPTA LIVSMEDEL	2,2 ± 0,4	2,0 ± 0,3	2,2 ± 0,3	2,2 ± 0,3	2,7 ± 0,3
Bröd, spannmålsprodukter	1,6 ± 0,5	1,5 ± 0,5	1,8 ± 0,4	2,0 ± 0,5	2,2 ± 0,5
Kött	0,8 ± 0,4	0,9 ± 0,4	1,1 ± 0,4	1,0 ± 0,4	1,1 ± 0,4
Mjölk, ost och ägg	5,1 ± 0,7	5,2 ± 0,7	5 ± 0,7	5,8 ± 0,8	6,4 ± 0,8
Standardmjölk (fett >=1,5%)	7,6 ± 1,8	5,2 ± 1,3	6,7 ± 1,7	6,0 ± 1,7	5,5 ± 1,5
Mellan- och lättmjölk (fett <1,5%)	10,7 ± 1,7	10,4 ± 1,6	11,9 ± 1,8	11,2 ± 1,7	14,9 ± 1,8
Filmjölk och yoghurt	6,3 ± 1,2	9,6 ± 1,5	7,6 ± 1,4	9,8 ± 1,6	8,0 ± 1,4
Ägg	9,7 ± 1,9	11,8 ± 2,1	14,4 ± 2,3	12,5 ± 2,2	14,1 ± 2,1
Oljor och fetter	2,7 ± 1,0	1,9 ± 0,7	2,1 ± 0,9	1,4 ± 0,6	2,0 ± 0,7
Frukt och bär	2,6 ± 0,7	2,0 ± 0,5	2,3 ± 0,6	2,3 ± 0,6	4,3 ± 0,8
Bananer	6,8 ± 1,6	5,0 ± 1,2	6,3 ± 1,5	6,0 ± 1,3	11,4 ± 1,7
Grönsaker	2,6 ± 0,6	1,8 ± 0,4	2,3 ± 0,5	2,6 ± 0,5	3,0 ± 0,6
Soppor, sallader, grönsaksrätter	3,5 ± 1,3	2,0 ± 0,8	2 ± 0,8	2,3 ± 0,9	1,9 ± 0,6
Rotfrukter	9,9 ± 2,2	6,7 ± 1,6	9,4 ± 2,2	7,4 ± 1,8	10,3 ± 2,0
Potatis	3,3 ± 1,2	1,9 ± 0,8	2,1 ± 0,9	1,6 ± 0,8	1,9 ± 0,6
FÖRBRUKNINGSVAROR	4,6 ± 0,8	5,3 ± 0,8	4,1 ± 0,7	4,6 ± 0,9	3,3 ± 0,7
Personlig hygien	1,4 ± 0,6	0,9 ± 0,3	0,8 ± 0,4	0,8 ± 0,4	0,4 ± 0,3
Övriga förbrukningsvaror	7,1 ± 1,1	9,0 ± 1,2	6,9 ± 1,1	7,5 ± 1,1	5,6 ± 1,0

Anmärkning: Osäkerhetsintervallen kan under vissa förutsättningar tolkas som 95% konfidensintervall

Anmärkning: Konsumtionsenheterna ändrades efter 2004. 1,57 i enligt den nya beräkningsmetoden motsvarar 1,62 i den ä

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT)

BILAGA 5 MEDIAKONSUMTION

Tabell 5.1 Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 1995-2007 (%)

Har i hemmet tillgång till	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Prenumeration på dagstidning	75	74	71	72	73	72	73	72	74	72	70
enbart en	68	67	64	64	66	66	68	67	67	65	63
två eller fler	7	7	7	8	6	6	5	5	6	7	7
Radio	99	98	98	98	97	98	100
TV-apparat	98	97	97	97	98	97	98	98	97
enbart en	37	33	34	37	33	32	30	30	32
två	39	40	39	36	36	38	36	36	36
tre eller fler	20	24	24	24	29	27	32	32	30
Text-tv	82	85	85	88	88	88	91	90	92	93	94
Multikanal-tv ¹	56	60	58	59	59	60	60	65	74	84	89
Tv via kabel	33	37	37	38	37	37	38	31	35	36	45
Tv via parabol	23	23	23	23	24	22	22	21	23	23	29
Tv via mark (Boxer)	13	18	23	29
Tv via bredband/ip-tv	3
Digital-TV	2	5	12	20	22	35	45	54	66
Video	80	83	85	85	86	83	87	86	84	81	65
Dvd-spelare	7	12	22	37	53	67	78	84
PVR/hårddiskmottagare	2	12
Persondator totalt	42	50	63	64	69	73	79	82	83	85	87
Portabel dator	..	9	9	9	13	20	21	24	30	38	44
Tillgång till internet	17	31	47	52	60	66	71	71	74	80	83
Bredbandsanslutning	4	4	5	6	7	51	63	68
Handdator	4	4	5	6	7	6	7
Mobiltelefon	54	64	73	80	85	87	90	92	93	95	96
MP3-spelare	21	32	47	54
Mediacenter	6	9
Konsol för TV-spel	35	37
Bärbart spel/bärbart dvd-spelare	14	36

¹ Med multikanal-tv avses tv med fler kanaler än de tre analoga markkanalerna SVT1, SVT2 och TV4. I oktober 2007 släcktes det analoga marknätet, därefter sändes enbart digital-tv i marknätet.

Källor: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2007.

Tabell 5.2 Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 1997-2007 (%)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Radio	82	80	80	80	79	79	79	73	74	74	77
Fonogram	43	42	41
Kassettband	19	18	14	12	9	9	5	5	4	4	3
CD-/grammofonskiva ²	33	35	37	37	39	39	38	35	35	31	29
Mp3	10	14	16
Television	84	86	88	88	87	85	87	85	86	86	85
Text-TV	25	28	29	31	28	28	30	26	29	27	26
Video	15	16	17	15	15	14	14	14	15	14	15
Internet	..	21	31	32	35	32	33	35	42	62	64
Dagspress	81	84	82	85	81	82	81	81	81	81	80
Morgontidning	72	75	72	74	73	74	73	71	73	72	72
Kvällstidning	28	27	28	28	29	28	30	31	31	33	31
Populär-/facktidskrift	47	50	49	54	47	42	43	39	41	39	39
Vecko-/månadstidning ³	29	31	31	33	33	29	31	28	30	30	30
Special-/facktidskrift ³	26	27	28	32	21	19	19	16	17	15	15
Bok ⁴	38	39	37	39	38	39	35	37	38	38	38
Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur	24	25	24	26	29	30	27	29	29	29	29
Facklitteratur/kurs- och läroböcker	16	15	14	14	11	9	7	8	10	9	8
Bio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Anm.: .. I tabellen innebär att någon fråga om det mediet inte ställdes det året.

¹ I frågorna om radio användes 1984 en delvis annan metod för datainsamlingen, vilket har inneburit att det årets siffror inte är helt jämförbara med övrig

² Fram till och med 1993 gällde frågan lyssnande på enbart grammofonskivor, därefter har frågan gällt både grammofonskivor och CD-skivor.

³ Fram till och med 1993 gällde frågan veckotidningar, från och med 1994 har med tanke på tidskriftsmarknadens förändring även månadstidningar expli

⁴ Fram till och med 1993 gällde frågan bokläsning i allmänhet, från och med 1994 har det i frågan angivits att även skolböcker och facklitteratur ingår.

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2007.

Tabell 5.3 Användningstid för massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 1997-2007 (minuter)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Radio ^{1,2}	132	133	133	129	127	124	117	124	105	109	100
Kassettband	9	8	7	5	4	4	2	2	2	1	1
CD-/grammofonskiva	22	25	23	24	26	25	25	22	20	17	17
Mp3									7	10	11
Television ¹	94	98	98	105	102	102	106	102	96	101	99
Text-tv	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3
Video/dvd ¹	10	11	11	10	10	11	11	11	12	11	12
Internet	..	10	19	21	23	19	23	25	32	53	61
Morgontidning	21	22	21	23	21	21	22	21	21	22	21
Kvällstidning	8	7	7	8	8	7	8	8	8	7	7
Vecko-/månadstidning	9	11	10	11	12	10	10	10	10	10	9
Special-/facktidskrift	8	8	8	9	5	4	5	4	4	4	4
Bok	23	23	20	23	23	21	19	20	21	20	19
Användningstid totalt ¹	339	359	360	372	364	351	351	351	341	368	365

¹ Vid jämförelser över tid bör noteras att beräkningen av tittar- och lyssnartiden före 1993 byggde på frågor där svarspersonerna fick ange mellan vilka tidpunkter de tittat på TV, video eller lyssnat på radio, därefter har svarspersonerna själva fått uppskatta sin användningstid. Den angivna tiden har kategoriserats inom fasta tidsangivelser.

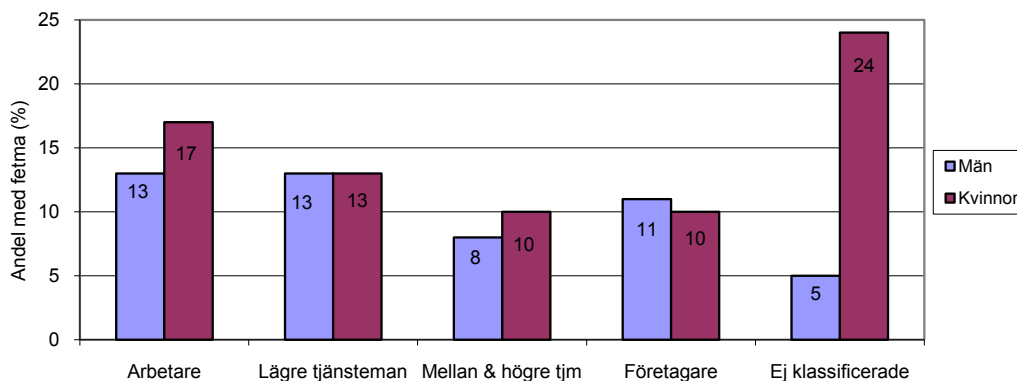
² För att bättre kunna uppskatta andelen som lyssnar på radio under lång tid har radiofrågan utökats med ett alternativ fr o m 1996.

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2007.

BILAGA 6 MATKONSUMTION OCH HÄLSA

Figur 6.1 Andel med fetma (BMI \geq 30) efter socioekonomi, 16-84 år, 2007

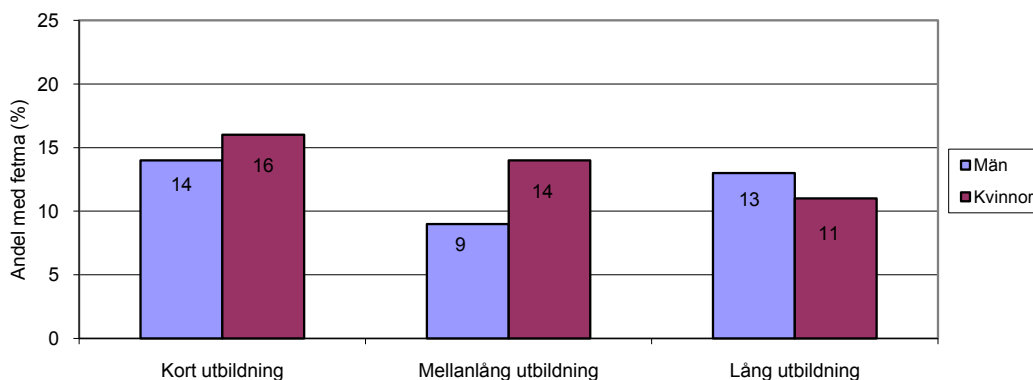
Åldersstandardiserat.



Källa: Nationella folkhälsoenkäten Hälsa på lika villkor. Statens folkhälsoinstitut

Figur 6.2 Andel med fetma (BMI \geq 30) efter utbildning, 16-74 år, 2007.

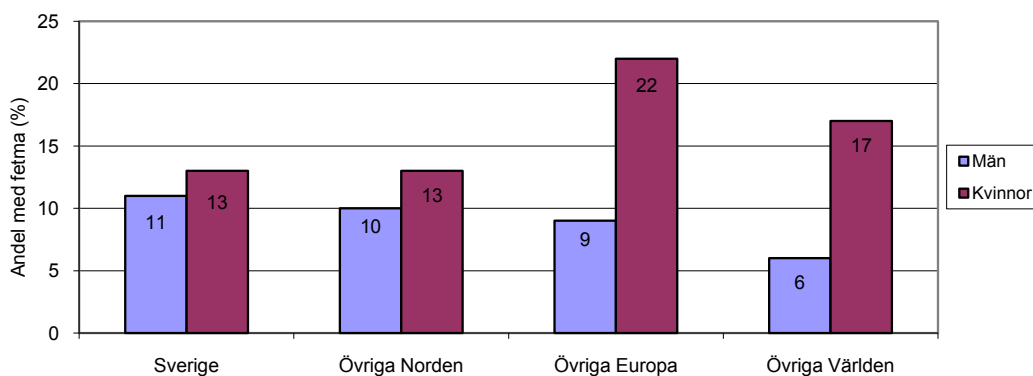
Åldersstandardiserat.



Källa: Nationella folkhälsoenkäten Hälsa på lika villkor. Statens folkhälsoinstitut

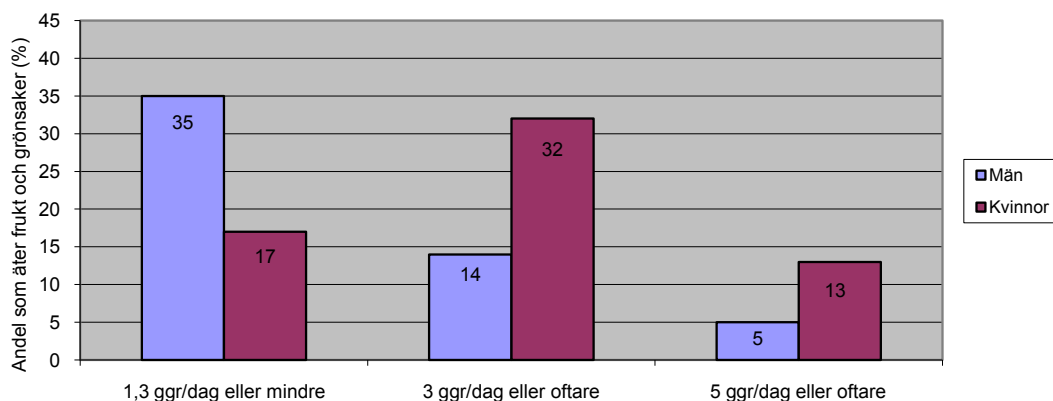
Figur 6.3 Andel med fetma (BMI \geq 30) efter födelseland, 16-84 år, 2007.

Åldersstandardiserat.



Källa: Nationella folkhälsoenkäten Hälsa på lika villkor. Statens folkhälsoinstitut

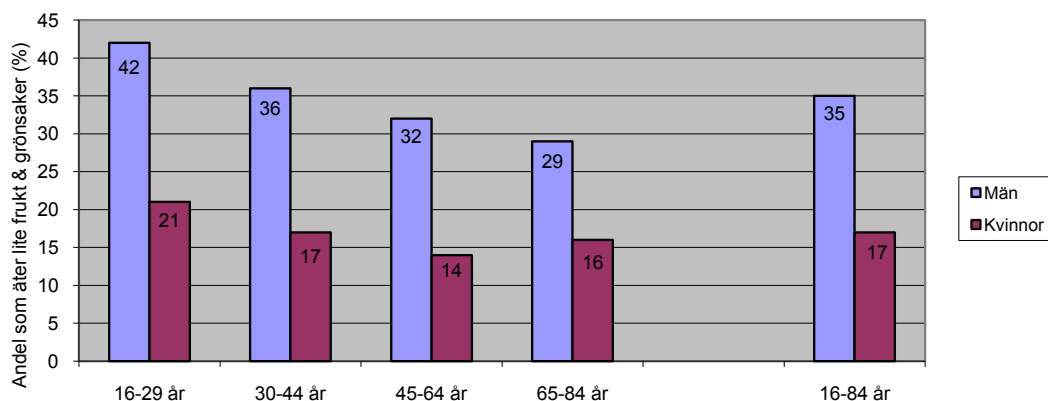
Figur 6.4 Andel som äter frukt och grönsaker per dag, 16-84 år, 2007.



Källa: Nationella folkhälsoenkäten Hälsa på lika villkor, Statens folkhälsoinstitut

Figur 6.5 Andel som äter lite frukt och grönsaker i olika åldersgrupper, 16-84 år, 2007.

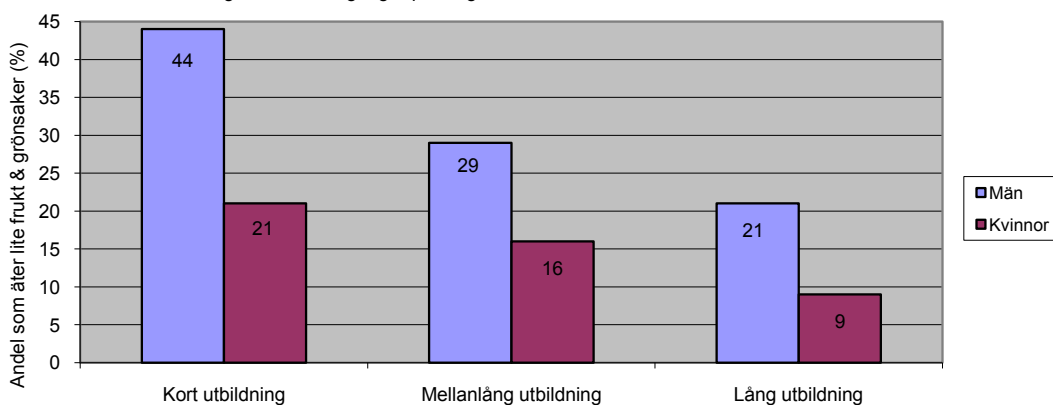
Äter frukt och grönsaker 1,3 gånger per dag eller mer sällan.



Källa: Nationella folkhälsoenkäten Hälsa på lika villkor, Statens folkhälsoinstitut

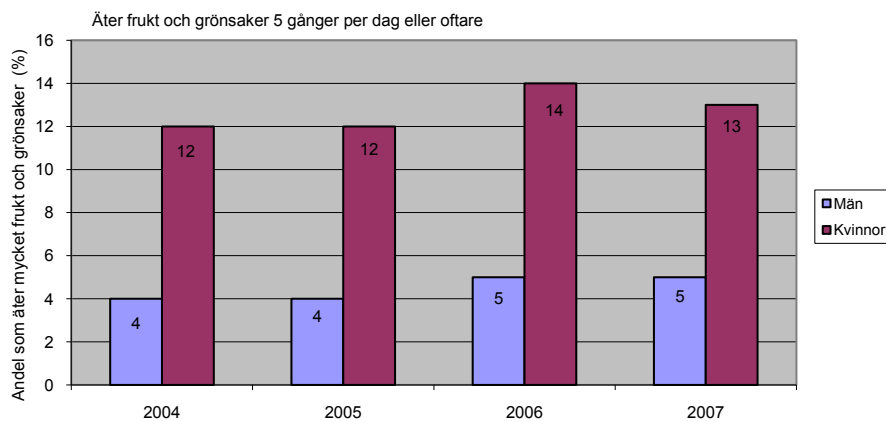
Figur 6.6 Andel som äter lite frukt och grönsaker efter utbildning, 16-74 år, 2007

Äter frukt och grönsaker 1,3 gånger per dag eller mer sällan.



Källa: Nationella folkhälsoenkäten Hälsa på lika villkor, Statens folkhälsoinstitut

Figur 6.7 Andel som äter mycket frukt och grönsaker, 18-84 år. Åldersstandardiserat.



Källa: Nationella folkhälsoenkäten Hälsa på lika villkor, Statens folkhälsoinstitut

Tabell 6.1 Olika livsmedels andel av de totala livsmedelsutgifterna 2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007
Antal medverkande hushåll	2 273	2 317	2 079	1 972	2 254
Genomsnittligt antal personer	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
Genomsnittligt antal konsumtionsenheter	1,62	1,62	1,57	1,59	1,56
Beräknad populationsstorlek	3 914 130	3 929 450	3 883 910	3 988 100	3 980 340
KÖPTA LIVSMEDEL	91,4%	92,1%	92,3%	92,4%	92,8%
Bröd, spannmålsprodukter	16,3%	16,5%	15,9%	15,4%	15,3%
Ris och produkter av ris	0,9%	0,7%	0,7%	0,7%	0,6%
därav Ris	0,5%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%
Risprodukter	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%	0,3%
Pasta och produkter av pasta	0,9%	1,0%	1,1%	1,2%	1,1%
Mjöl, gryn	2,2%	2,2%	2,0%	2,1%	2,0%
Matbröd	6,8%	7,0%	7,2%	6,7%	6,8%
därav Hårt bröd	1,2%	1,1%	1,2%	1,0%	0,9%
Mjukt vitt matbröd	1,7%	1,7%	1,6%	1,5%	1,5%
Mjukt grovt/mörkt matbröd	0,8%	1,0%	1,2%	1,2%	1,4%
Mjukt ljust matbröd	1,6%	1,7%	1,9%	1,8%	1,8%
Matbröd ospec	1,5%	1,4%	1,3%	1,2%	1,2%
Bakverk	5,4%	5,6%	5,0%	4,8%	4,7%
Kött	18,7%	18,4%	18,6%	18,3%	17,9%
Färskt, kylt eller fryst nötkött	2,2%	2,3%	2,6%	2,6%	2,6%
Färskt, kylt eller fryst griskött	3,5%	3,3%	3,5%	3,6%	3,3%
Färskt, kylt eller fryst övrigt kött	0,5%	0,3%	0,6%	0,4%	0,5%
Färskt, kylt eller fryst fågel	1,8%	1,8%	1,8%	1,7%	1,9%
Torkat, saltat eller rökt nötkött	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Torkat, saltat eller rökt griskött	3,9%	4,0%	3,9%	3,8%	3,8%
Torkat, saltat eller rökt övrigt kött	0,5%	0,5%	0,7%	0,8%	0,6%
Kött, korv och korvpålägg	3,1%	3,1%	3,0%	2,9%	2,8%
Sylta, pastej, paté, charkvaror	1,0%	1,2%	1,0%	0,9%	0,9%
Köttträtter och övriga köttprodukter	1,6%	1,4%	1,1%	1,1%	1,0%
Kött - ospec	0,5%	0,4%	0,3%	0,3%	0,4%
Fisk och skaldjur	5,3%	5,3%	5,3%	5,7%	5,9%
Färsk, kyld eller fryst fisk	1,7%	1,8%	1,9%	2,0%	2,4%
därav Torskfisk	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
Laxfisk	0,6%	0,6%	0,8%	0,9%	1,1%
Sill, strömming	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Övrig fisk	0,4%	0,3%	0,3%	0,6%	0,5%
Skaldjur	0,9%	0,9%	0,8%	0,9%	0,8%
Kaviar, rom, andra fiskprod.	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%
Fisk och skaldjursträtter och övriga fisk och skaldjursprod.	2,0%	2,1%	2,0%	2,2%	2,2%
Fisk och skaldjur - ospec	0,1%	0,3%	0,3%	-	0,1%

forts.

Forts. Tabell 6.1 Olika livsmedels andel av de totala livsmedelsutgifterna 2003-2007

Mjölk, ost och ägg	15,3%	15,1%	15,2%	15,1%	15,0%
Standardmjölk (fett >=1,5%)	1,4%	1,4%	1,2%	0,9%	1,0%
Mellan- och lättmjölk (fett <1,5%)	2,5%	2,6%	2,6%	2,7%	2,4%
Mjölkpulver, konserverad mjölk	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Filmjölk och yoghurt	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%
Grädde, gräddfil, crème fraiche (fett>=29%)	0,9%	0,8%	0,8%	0,7%	0,8%
Grädde, gräddfil, crème fraiche (fett<29%)	0,8%	0,8%	0,9%	0,9%	0,9%
Ost (fett >=17%)	4,1%	3,7%	3,9%	3,8%	3,8%
Ost (fett <17%)	1,7%	1,9%	2,0%	2,2%	2,1%
Ägg	1,2%	1,1%	1,2%	1,2%	1,2%
Mjölk, ost och ägg - ospec	0,1%	0,1%	-	-	-
Oljor och fetter	2,5%	2,5%	2,4%	2,3%	2,5%
därav Smör	0,8%	0,7%	0,7%	0,8%	0,8%
Margarin (fett>=40%)	0,8%	0,8%	0,7%	0,6%	0,7%
Margarin (fett<40%)	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,3%
Olivolja, matolja, majonnäs	0,5%	0,6%	0,6%	0,5%	0,6%
Frukt och bär	6,6%	7,0%	7,7%	8,0%	8,1%
Äpplen	1,0%	1,0%	1,1%	1,0%	1,1%
Päron	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%
Bananer	1,2%	1,3%	1,4%	1,4%	1,4%
Citrusfrukter	1,1%	1,2%	1,3%	1,3%	1,4%
Övrig färsk frukt	0,8%	0,8%	1,0%	1,0%	0,9%
Torkad frukt och bär, nötter	0,7%	0,9%	1,1%	1,3%	1,4%
Bär	0,8%	1,0%	1,0%	1,1%	1,1%
Frukt och bärkonserv, soppor	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%
Frukt och bär - ospec	0,4%	0,2%	0,3%	0,2%	0,3%
Grönsaker	9,8%	9,2%	9,9%	10,2%	10,7%
därav Sallad, olika sorter, färsk	1,1%	1,0%	1,3%	1,2%	1,2%
Kål, färsk	0,4%	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%
Grönsaker som odlas för fruktens skull, färska	3,2%	3,2%	3,5%	3,5%	3,6%
Lök, purjolök, färsk	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%
Svamp, färsk	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%
Soppor, sallader, grönsaksrätter	1,2%	1,1%	1,2%	1,6%	1,6%
Rotfrukter	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%
Potatis	1,2%	1,2%	1,0%	1,0%	1,1%
Potatisprodukter (pommes frites, pulvermos mm)	0,9%	0,8%	0,9%	1,0%	1,0%
Grönsaker - ospec	0,5%	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%
Sötsaker, socker	9,1%	8,7%	8,8%	8,6%	8,8%
Socker, sirap, honung, sötningsmedel	0,8%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
Sylt, marmelad, mos	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%	0,5%
Glass	1,8%	1,7%	1,7%	1,7%	1,7%
Övriga sötsaker, godis, choklad	6,0%	5,9%	6,1%	5,8%	6,0%
Såser, dressingar, kryddsåser	1,7%	1,6%	1,6%	1,5%	1,6%
Salt och kryddor	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	1,1%
Bakpulver, övriga hushållstillsetser, buljong	0,8%	0,8%	0,8%	0,9%	0,8%
Snacks	1,2%	1,2%	1,0%	1,0%	1,1%
Ospec livsmedel	3,1%	4,9%	4,2%	4,4%	4,0%
ALKOHOLFRIA DRICKER	8,6%	7,9%	7,7%	7,6%	7,2%
Frukt- och grönsaksjuice, nektar	1,5%	1,3%	1,3%	1,4%	1,4%
Läskedrycker	3,7%	3,4%	3,1%	3,0%	2,7%
Mineral- o. sodavatten	0,6%	0,7%	0,7%	0,6%	0,6%
Kaffe	2,1%	2,0%	2,1%	2,0%	1,9%
Te	0,5%	0,4%	0,3%	0,5%	0,4%
Kakao	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Köpta livsmedel + Alkohol fria drycker	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Källa: SCB

BILAGA 7 KATEGORISERING AV HUSHÄLLENS KONSUMTION I NATIONALRÄKENSKAPERNA

Kategorisering av hushållenskonsumtionsutgifter enligt FN:s klassificeringssystem COICOP

LIVSMEDEL OCH ALKOHOLFRIA DRYCKER	01
Livsmedel	011
Bröd och övriga spannmålsprodukter	0111
Kött	0112
Fisk och skaldjur	0113
Mjölk, ost och ägg	0114
Oljor och fetter	0115
Frukt och bär	0116
Grönsaker	0117
Sötsaker, socker	0118
Såser, kryddor, jäst, soppor, snacks m m	0119
Alkoholfria drycker	012
Kaffe, te och choklad	0121
Mineralvatten, läskedrycker, frukt- & grönsaksjuicer	0122
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER, TOBAK OCH NARKOTIKA	02
Alkoholhaltiga drycker	021
Spritdrycker	0211
Vin	0212
Öl	0213
Tobak	022
Narkotika	023
KLÄDER OCH SKOR	03
Kläder	031
Material för klädesplagg	0311
Ekipering (herr- dam- och barnkläder)	0312
Övriga klädesplagg och tillbehör	0313
Skrädderiarbeten, tvätt & uthyrning av kläder	0314
Skor	032
Herr-, dam- och barnskor och stövlar	0321
Lagning och uthyrning av skor	0322
BOSTAD	04
Faktiskt betalda hyror för bostäder	041
<i>Används ej</i>	042
Underhåll och reparationer av bostaden	043
Vatten, renhållning och andra tjänster för bostaden	044
Elektricitet, gas och andra bränslen	045
INVENTARIER, HUSHÄLLSUTRUSTNING OCH RUTINUNDERHÅLL AV BOSTADEN	05
Möbler och inventarier, mattor och andra golvbeläggningar	051
Hushållstextilier	052
Hushållsutrustning (kylskåp, element, brödrost m m)	053
Glas, porslin och bestick samt övrigt husgeråd	054
Verktyg och redskap för hus och trädgård	055
Varor och tjänster för rutinmässigt underhåll	056
HÄLSOVÅRD	06
Medicinska produkter och utrustning (mediciner, hälsokost, glasögon m m)	061
Öppen sjukvård (läkarvård, tandvård m m)	062
Sjukhusvård	063

Källa: SCB

TRANSPORT	07
Inköp av fordon	071
Inköp av bil	0711
Inköp av övriga persontransportmedel	0712-0714
Drift av persontransportmedel	072
Reservdelar och tillbehör	0721
Bränslen och smörjmedel	0722
Underhåll och reparationer för persontransportmedel	0723
Andra tjänster (hyrbil, parkering, besiktning mm)	0724
Transporttjänster	073
Passagerartransport med järnväg	0731
Passagerartransport på landsväg (buss & taxi)	0732
Passagerartransport med flyg	0733
Passagerartransport på hav och inre vattenvägar	0734
Kombinerad passagerartransport	0735
Andra transporttjänster (frakt, bilråddning)	0736
KOMMUNIKATIONER	08
Posttjänster	081
Fast och mobil telefoni & internet - utrustning	082
Fast och mobil telefoni & internet - tjänster	083
REKREATION OCH KULTUR	09
Radio, TV, CD, DVD, Dator, Kamera, UR mm	091
Varaktiga konsumtionsvaror för rekreation och kultur	092
Husvagn, båt, sportflygplan, djur (får, höns, häst)	0921
Musikinstrument och andra varor för inomhusbruk	0922
Varor och utrustning för rekreation, trädgård & husdjur	093
Tjänster för rekreation och kultur (idrottsevenemang, bio m m)	094
Tidningar, böcker och skrivmaterial	095
Paketresor	096
UTBILDNING	10
Förskole-, låg och mellanstadieutbildning	101
Högstadi- och gymnasieutbildning	102
Eftergymnasial utbildning	103
Grund- och forskarutbildning inom högre utbildning	104
Ej nivåknuten utbildning	105
RESTAURANG OCH HOTELL	11
Catering (restaurang, café, servering)	111
Inkvarteringstjänster (hotell, camping, vandrarhem)	112
DIVERSE VAROR OCH TJÄNSTER	12
Personlig vård (frisör, solarium, rakapparat, toalettpapper m m)	121
<i>Används ej</i>	122
Personliga tillhörigheter (smycken, klocka, paraply m m)	123
Social trygghet (hemtjänst, barnomsorg m m)	124
Försäkringar	125
Finansiella tjänster (bank och giro)	126
Övriga tjänster (begravning, deklaration, böter m m)	127

Källa: SCB

BILAGA 8 KATEGORISERING AV HUSHÄLLENS UTGIFTER I HUT-UNDERSÖKNINGEN

SCB:s undersökning av hushållens utgifter:

- I: Utgifterna är hämtade från telefonintervju
 K: Utgifterna är hämtade från kassabokföring
 I,K: Utgifterna är hämtade från både telefonintervju och kassabokföring
 R: Utgifterna är hämtade från register

COICOP-koder som börjar på 01-12 ingår i den ordinarie COICOP-koden. COICOP-koder utöver dessa ingår enbart i denna undersökning.

K KÖPTA LIVSMEDEL

K Bröd, spannmålsprodukter

K	Ris och produkter av ris	01111	Ris och produkter av ris
K	Därav Ris	0111101	Ris
K	Risprodukter	0111102	Risprodukter
K	Pasta och produkter av pasta	01113	Pastaprodukter
K	Mjöl, gryn	01115	Mjöl, gryn
K	Matbröd	01112	Matbröd
K	Därav Hårt bröd	01112	Hårt bröd
K	Mjukt vitt matbröd	011120403	Mjukt vitt bröd
K	Mjukt grovt/mörkt matbröd	011120401	Mjukt grovt/mörkt bröd
K	Mjukt ljust matbröd	011120402	Mjukt ljust bröd
K	Matbröd ospec	011120400	Mjukt bröd ospec
K	Bakverk	01114	Bakverk

K Kött

K	Färskt, kylt eller fryst nöt- och kalvkött	01121	Färskt, kylt eller fryst kött från nötkreatur
K	Färskt, kylt eller fryst griskött	01122	Färskt, kylt eller fryst kött från svin
K	Färskt, kylt eller fryst övrigt kött	01123	Färskt, kylt eller fryst kött från får och get
		01127	Annat färskt, kylt eller fryst ätligt kött
K	Färskt, kylt eller fryst fågel	01124	Färskt, kylt eller fryst kött från fjäderfä
K	Torkat, saltat eller rökt nöt- och kalvkött	0112501	Torkat, saltat eller rökt kött från nötkreatur
K	Torkat, saltat eller rökt griskött	0112502	Torkat, saltat eller rökt kött från svin
K	Torkat, saltat eller rökt övrigt kött	0112503	Torkat, saltat eller rökt kött från fjäderfä
K	Kött, korv och korvpålägg	0112506	Korv och korvpålägg
K	Sylta, pastej, paté, charkvaror	0112505	Sylta
		0112507	Pastej och paté
		0112508	Charkvaror och övrigt ospec
K	Kötträtter o. övr köttprod.	0112601	Färdiga rätter av kött, halvfabrikat av kött - ej barnmat
		0112602	Barnmat med kött (färdigrätter, halvfabrikat)
K	Kött - ospec	0112xxxx	Kött
		01125xxxx	Torkat, saltat eller rökt kött och ätliga slaktbiprodukter
		01126xxxx	Annat konserverad eller beredd kött samt beredningar av kött
		0112504	Torkat, saltat eller rökt kött från vilt

K	Fisk och skaldjur		
K	Färsk, kyld eller fryst fisk	01131	Färsk, kyld eller fryst fisk
K	Därav Torskfisk	0113102	Torsk
K	Laxfisk	0113103	Lax
K	Sill, strömming	0113101	Sill, strömming
K	Övrig fisk	0113104	Flatfisk
		0113105	Övrig färsk, kyld eller fryst fisk
K	Skaldjur	01132	Färska, kylda eller frysta skaldjur
K	Kaviar, rom, andra fiskprodukter	0113403	Kaviar, rom, fiskpastej
K	Fisk och skaldjursrätter o. övriga fisk och skaldjursprodukter	0113404	Färdigrätter/halvfabrikat av fisk
		0113405	Barnmat (färdigrätter, halvfabrikat) av fisk
		01133	Torkad, rökt eller saltad fisk och skaldjur
		0113401	Konserverad och inlagd fisk
		0113402	Konserverade och inlagda skaldjur
		0113406	Färdigrätter/halvfabrikat av skaldjur
K	Fisk och skaldjur - ospec	01131xxxx	Färsk, kyld eller fryst fisk
		01134xxxx	Annan konserverad eller beredd fisk och skaldjur samt beredningar av fisk och skaldjur
K	Mjök, ost och ägg		
K	Standardmjök (fett >=1,5%)	01141	Mjök >= 1,5 %
K	Mellan- och lättmjök (fett <1,5%)	01142	Mjök < 1,5 %
K	Mjökpulver, konserverad mjök	0114602	Mjökpulver, gräddpulver (ej efterrätter, mjölkersättning)
		0114603	Mjölkbaseerade efterrätter, sötade mjökpulver
		01143	Konserverad mjök
K	Fil och yoghurt	0114401	Yoghurt/ filmjök sötad/med frukt
		0114402	Yoghurt/filmjök osötad/naturell
K	Grädde, gräddfil, crème fraiche (fett>=29%)	011460102	Grädde, gräddfil, crème fraiche > 29 %
K	Grädde, gräddfil, crème fraiche (fett<29%)	011460101	Grädde, gräddfil, crème fraiche 10 - 29 %
		011460103	Grädde, gräddfil, crème fraiche 0 - 9 %
K	Ost (fett >=17%)	011450102	Hårdost > 17 %
K	Ost (fett <17%)	011450101	Hårdost < 17 %
		0114502	Kvarg
		0114503	Dessertost
		0114504	Smältost, mesost, messmör
		0114505	Ostkaka, ospaj
K	Ägg	0114701	Ägg
		0114702	Äggpulver
		0114703	Äggprodukt uteslutande av ägg
K	Mjök, ost och ägg - ospec	0114xxxxx	Mjök, ost och ägg - ospec
		01146xxxx	Andra mjökprodukter - ospec
K	Oljor och fetter		
K	Därav Smör	0115101	Smör
		0115102	Bregott mellan
		0115103	Kryddsmör

K	Oljor och fetter forts.		
K	Margarin (fett>=40%)	0115201	Margarin, ej flytande
		0115202	Flytande margarin
		0115203	Bordsmargarin, ej lättmargarin
K	Margarin (fett<40%)	0115204	Bordsmargarin lätt
K	Olivolja, matolja, majonnäs	01153	Olivolja
		01154	Olja (ej olivolja), majonnäs
K	Frukt och bär		
K	Äpplen	01163	Äpplen (färska, kylta eller frysta)
K	Päron	01164	Päron (färska, kylta eller frysta)
K	Bananer	01162	Bananer (färska, kylta eller frysta)
K	Citrusfrukter	01161	Citrusfrukter (färska, kylta eller frysta)
K	Övrig färsk frukt	01165	Stenfrukter (färska, kylta eller frysta), fikon färska
		01167	Annan färsk frukt (färska, kylta eller frysta)
K	Torkad frukt o. bär, nötter	0116801	Torkad frukt
		0116802	Frön och nötter
K	Bär	0116601	Bär, ej vindruvor
		0116602	Druvor
K	Frukt o. bärkonserv, soppor	01169	Konserverad frukt och fruktbaseade produkter
K	Frukt och bär - ospec	0116xxxxx	Frukt - ospec
K	Grönsaker		
K	Därav Sallad, olika sorter	01171	Blad- och stamgrönsaker (färska, kylta el frysta)
K	Kål	01172	Kål (Färsk eller kylt)
K	Grönsaker som odlas för frukten	01173	Grönsaker som odlas för fruktens
K	Lök, purjolök	0117402	Lökgrönsaker
K	Svamp	0117403	Svamp
K	Soppor, sallader, grönsaksrätter	0117601	Andra konserv. eller behandl. grönsaker - ej barnmat
		0117602	Barnmat grönsaker
K	Rotfrukter	0117401	Rotfrukter
		0117801	Andra rotknölar och varor från rotknölar
K	Potatis	01177	Potatis
K	Potatisprodukter (pommes frites mm)	0117802	Friterad potatis ej chips
		0117804	Potatismos, rotmos etc.
		0117805	Potatismjöl
		0117806	Beredningar av potatis
K	Grönsaker - ospec	0117xxxxx	Grönsaker
K	Sötsaker, socker		
K	Socker, sirap, honung, sötningsmedel	01181	Socker
K	Sylt, marmelad, mos	01182	Sylter och marmelader
K	Glass	01185	Glass
K	Övriga sötsaker, godis, choklad	01186	Andra sockerprodukter
		01183	Choklad
		01184	Godis
		0119302	Dessertberedningar (ej av choklad)
		0119304	Barnmat dessert
K	Såser, dressingar, kryddsåser	01191	Såser och smaksättningsmedel
K	Salt och kryddor	01192	Salt, kryddor och kryddväxter

K	Bakpulver, övr. hushållstillsetser, bulj.	0119301	Jäst, bakpulver etc.
		011930301	Soppor
		011930302	Buljong
		0119402	Askorbinsyra
		0119403	Gelatin
		0119404	Karamellfärg
K	Snacks	0119401	Snacks
		0117803	Potatischips
K	Ospec livsmedel	011xxxxxx	Livsmedel ospecificerat
K	ALKOHOLFRIA DRYCKER	012	Alkoholfria drycker
K	Frukt- och grönsaksjuice, nektar	01223	Fruktjuicer, nektar
		01224	Grönsaksjuicer
K	Läskedrycker	01222	Läskedrycker och saft
K	Mineral- och sodavatten	01221	Bordsvatten
K	Kaffe	01211	Kaffe
K	Te	01212	Te
K	Kakao	01213	Kakao och chokladpulver
K	UTEMÅLTIDER	1111101	Middag restaurang
		1111102	Avhämtning, hämtmat
		1111201	Mat köpt på disco, pub, dans, fest etc.
		1111202	Fika, kafé, kondis
		1111203	Mat köpt på tivoli, kafé, bar mm (ej inträde: 0941104)
		11121	Serveringar på skolor, arbetsplatser etc.
K	ALKOHOLHALTIGA DRYCKER	021	Alkoholhaltiga drycker (även lättöl)
K	TOBAK	022	Tobak
K	FÖRBRUKNINGSVAROR		
K	Personlig hygien	1213101	Icke-elektriska redskap för personlig vård
		1213102	Personlig hygien
		1213103	Skönhetsprodukter, kosmetika, parfym, deodor.
		1213105	Mensskydd
		1213106	Blöjor
		121310401	Pappersnäsdukar
		121310402	Bomull
K	Övriga förbrukningsvaror	121310403	Toalettpapper
		056xxxxxx	Varor och tjänster för rutinemässigt underhåll
		0561xxxxx	Icke varaktiga hushållsvaror
		05611	Rengörings- och underhållsprodukter (ej personlig)
		05612xxxx	Andra icke varaktiga hushållsartiklar
		0561201	Påsar, folie, bakplåtspapper, formar, hushållspapper..
		0561202	Artiklar för rengöring - ej personlig rengöring
		0561203	Övriga icke varaktiga hushållsartiklar
I, K	HUSHÅLLSTJÄNSTER		
I, K	Barntillsyn	1241201	Privat barnomsorg
		1241202	Kommunal barnomsorg
		1241203	Privat barntillsyn/barnvakt
		1241204	Korttidshem
		1241205	Kyrkans förskola
		1241206	Kooperativ barnomsorg
		1241207	Lekpark
		1241208	Montessori

I, K HUSHÅLLSTJÄNSTER, forts.

K, R	Fackavgift, övriga försäkringar (ej fordons-, hem-, villa- och fritidshusförsäkring)	211	Arbetslöshetskassa, fackföreningsavgift
		213	Intyg till försäkringskassan
		12531	Sjuk- och olycksfallsförsäkring, inkl grupp- och barnförsäkring
		1255101	Allriskförsäkring
		1255102	Husdjursförsäkring
		1255103	Sakförsäkring
		1255104	Reseförsäkring
		1255105	Pensionsförsäkring
		1255106	Fritidsförsäkring
		212	Medlemsavgifter (ej fackförening, ej idrottsförening)
I, K	Övriga tjänster	1211101	Hudbehandling
		1211102	Frisör
		1211103	Solarium
		1211104	Medium
		1211105	Tatuering
		223	Ränteutgifter, csn
		224	Ränteutgifter, övrigt
		241	Gåvor, privatpersoner
		242	Gåvor, organisationer/kollekt etc.
		10111	Förskole-, låg- och mellanstadieutbildning
		10211	Högstadiе- och gymnasieutbildning
		1031101	Kåragift
		1031102	Högskoleprovet
		10511	Ej nivåknuten utbildning
		1241101	Privat hemtjänst/hemhjälp
		1241102	Kommunal hemtjänst/hemhjälp
		1241103	Tolk
		1241104	Dagvård
		1262101	Bankavgift
		1262102	Bankfack
		1262103	Kontokort/betalkortsavg
		1262104	Postgiroavgift
		1271101	Begravning
		1271102	Adressändring
		1271103	Advokat
		1271104	Deklarationshjälp
		1271105	Byggnadslov
		1271106	Aviseringsavgift
		1271107	ID-kortsavg
		1271108	Kronofogden
		1271109	Catering, ej mat
		1271111	Legavgift, passavgift
		1271112	Böter
		1271113	Toalettbesök, skåpförvaring, dusch camping etc.
		1271114	Annons
		1271115	Värdering av hus, antikviteter etc.

K	KLÄDER OCH SKOR		
K	Kläder	0312	Jackor, kappor, rockar, överrockar
K	Därav Utekläder	0312	Päls- och skinnkläder
		0312	Regnplagg, överdragskläder
		0312	Dräkter, klänningar, kjolar
K	Övriga kläder, ej underkläder	0312	Kavajer, kostymer
		0312	Jeans, övriga byxor
		0312	Barnkläder, babykläder
		0312	Idrotts- och badkläder
		0312	Morgonrockar, nattkläder
		0312	Blusar, skjortor
		0312	Tröjor
		0312	Underkläder
K	Underkläder	0312	Stumpor
		031310101	Handskar, vantar - ej skinn/gummi
K	Accessoarer, mössor, handskar vantar, halsdukar etc.	031310102	Skärp, livrem - ej skinn
		031310103	Hattar, mössor, kepsar
		031310104	Accessoarer, halsdukar
		031310201	Handskar, vantar - skinn
		031310202	Skärp, livrem - skinn
		03	Tyger, skrädderiarbeten
	<i>Övriga beklädnadsartiklar (redovisas inte för sig, men ingår i totalsumma för kläder)</i>	03	<i>Sybehör</i>
		03	<i>Kläder ospec</i>
K	Skor	032	Skodon
		032	Pjäxor, stövlar
		032	Sportskor
		032	Lågskor
		032	Sandaler, tofflor
		032	Gummistövlar
		032	Sulor, lagning
I,K,R	BOSTAD		
I	Hyra/avgift för hyres-/borätt (inkl garage)	0411	Faktiskt betalda hyror från hyresgäster, borätter (inkl garage)
		0412	Övriga faktiskt betalda hyror för bostäder
I	Reparationer	043	Underhåll och reparationer av bostaden
I	Hem- och villaförsäkring	1252101	Hemförsäkring borätt/hyresrätt
		1252103	Hem- och villaförsäkring
I, K	Vattenförsörjning och diverse andra tjänster förknippade med bostaden	0562203	slamsugning
		0441	Vattenförsörjning
		0442	Sophämtning
		0443	Avloppsrensning
		0444	Andra tjänster förknippade med bostaden, ej tidigare nämnda
I	Elektricitet, gas och andra bränslen	045	Elektricitet, gas och andra bränslen
I	Räntor (brutto)	221	Ränteutgifter, boende
R	Fastighetsskatt	266000000	Fastighetsskatt egna hem
R	Tomträttsavgäld	041210100	Tomträttsavgäld

I, K	MÖBLER OCH INVENTARIER, MATTOR OCH ANDRA GOLVBELÄGGNINGAR	051xxxxxx	Möbler och inventarier, mattor och andra golvbeklägningar -ospec
I, K	Möbler och inventarier, mattor och andra golvbeklägningar	05111xxxx	Möbler och inventarier - ospec
		0511101	Soffa
		0511102	Fätölj
		051110301	Stol
		051110302	Pall, sittdyna
		0511104	Bord
		0511105	Säng
		0511106	Hylla
		0511107	Förvaringsmöbler
		0511108	Trädgårdsmöbel
		0511109	Lampa
		051111	Tavla
		0511111	Persienn
		0511112	Prydnadssaker, blomkrukor, inredningsartiklar, ej konstglas/keramik
		0511113	Spegel
		0511114	Dörr, vikedörr, skjutdörr
		0512xxxxx	Mattor och andra golvbeklägningar - ospec
		05121	Matta
		0513xxxxx	Reparationer av möbler och golvbeklägningar - ospec
		0513101	Reparation möbler
		0513102	Reparation golvbeklägningar
K	Textilier	052xxxxxx	Hushållstextilen - ospec
		0521101	Påslakan, örngott, underlakan
		0521102	Täckan, kuddar, filter, överkast
		0521103	Madrasser
		0521104	Dukar, gardiner
		0521105	Handdukar
		0521106	Övriga textiler
I, K	Hushållsutrustning	053xxxxxx	Hushållsutrustning - ospec
		0531xxxxx	Större hushållsutrustning, både elektrisk och övrig - ospec
		05311	Kylskåp, frysar och kombinerad kyl/frys
		05312xxxx	Tvättmaskiner, frysar och kombinerad kyl/frys
		0531201	Diskmaskin
		0531202	Tvättmaskin
		0531203	Torktumlare/torkskåp
		0531204	handdukstork el
		05313xxxx	Spisar och mikrovågsugnar
		0531301	Spis
		0531302	Mikrovågsugn
		05314xxxx	Värmeelement och luftkonditioneringsapparater
		0531401	Fläkt
		0531402	Element
		0531403	infravärme
		05315xxxx	Städmaskiner
		0531501	Dammsugare
		0531502	Dammsugartillbehör - dock ej dammsugarpåsar

I, K Hushållsutrustning, forts.

		05316	Sy- och stickmaskiner
		05317	Annan större hushållsutrustning
		0532xxxxx	Mindre elektriska hushållsapparater
		05321xxxx	Mindre elektriska hushållsapparater
		0532101	Brödrost
		0532102	Elvisp
		0532103	Kaffebryggare
		0532104	Konservöppnare el
		0532105	Våffeljärn
		0532106	Smörgåsgrill
		0532107	Vattenkokare
		0532108	Strykjärn
		0532109	Matberedare
		0533xxxxx	Reparation av hushållsapparater
		05331	Reparation av hushållsapparater
		05411xxxx	Artiklar av glas och kristall samt porslin och bestick
		0541101	Bestick
		0541102	Glas
		0541103	Koppar, muggar
		0541104	Uppläggningsfat, skålar, vaser, porslin
		05412xxxx	Bestick, tallrikar, fat och silverbestick
		0541201	Silverbestick
		0541202	Tallrik
			Köksutensilier/matlagningsredskap och hushållsartiklar
		05413	Lagning av glas, porslin och bestick samt övrigt husgeråd
		05414	husgeråd
		0541	Glas, porslin och bestick samt övriga husgeråd
		055	Verktyg och redskap för hus och trädgård
		0562	Hushållstjänster och tjänster för skötsel av hemmet
		0562201	Hyra möbler
		0562202	Omklädsel möbler
		1212101	Hårtork
		1212102	Ladyshave
		1212103	Rakapparat
		1212104	Locktång, plattång
		1212105	Eltandborste
		12321	Reseffekter och andra väskor och etuier
		06	Hälsovård
K	HÄLSO- OCH SJUKVÅRD		
I, K	TRANSPORT		
I	Inköp av bil	0711xxxxx	Inköp av bil - ospec
		07111	Ny bil
		07112	Begagnad bil
		07122	Såld bil
I, K	Inköp av övriga persontransportmedel	0712xxxxx	Motorcyklar - ospec
		07121	Motorcykel, moped, skoter
		0921101	Husvagn/släpvagn
		0713	Cyklar
		0714	Fordon som dras av djur

I, K TRANSPORT, forts.

I, K	Drift av bil	0721101	Bildäck
		0721102	Bildelar, biltillbehör
		072210101	Bensin bil
		072210201	Diesel bil
		0722103	Smörjmedel, oljor, kylvätskor och tillsatser
		0722104	Övrigt bränsle till fordon, tex metanol, el
		0723101	Reparation bil
		072410101	Besiktning (bil), bilprovning
		072410102	Hyrbil
		072410103	Parkeringsavgift
		072410104	Självrisk bil
		072410105	Körkortsutbildning
		072410106	Broavgift
		1254101	Bilförsäkring
I, K	Ränta (bil - brutto), bilskatt	2221	Ränteutgifter, billån
		231	Bilskatt, vägskatt
K	Drift av övriga persontransportmedel	0721103	Övriga tillbehör till persontransportmedel, ej bil
		072210102	Bensin ej bil
		072210202	Diesel ej bil
		0723102	Reparation MC, moped, skoter
		0723103	Reparation cykel
		0724102	Hyra husvagn
		0724103	Hyra släpkärra
		0724104	Besiktning, ej bil
		0724105	Hyra av cykel
		0724106	Flygplanshyra
		1254102	Båtförsäkring
		1254103	MC/moped-försäkring
		1254104	Husvagnsförsäkring
		1254105	Skoterförsäkring
		1254106	Släpvagnsförsäkring
		1254107	Husbilförsäkring
K	Ränta (ej bil - brutto), fordonskatt (ej bil)	2222	Ränteutgifter, båtlån
		232	Skatt på skoter
		233	Skatt på husvagn
I, K	Lokalresor, transporttjänster	073	Transporttjänster
I,K,R	FRITID OCH KULTUR		
	Fritidsbostad	25	Arrende, hyra, värme etc. för fritidshus
		1252104	Fritidshusförsäkring
		256000000	Fastighetsskatt fritidshus
		225	Ränteutgifter, fritidshus
I, K	Radio och TV	08211	Telefon- och telefaxutrustning
		09111	Utrustning för mottagning, inspelning och återgivning av ljud
		0911201	TV
		0911203	Video/DVD

I,K,R FRITID OCH KULTUR, forts.

I, K	Lek, sport, hobby	0921105	Större idrottsartiklar
		09221	Musikinstrument
		09222	Större varaktiga konsumtionsvaror för inomhusbruk
		09231	Underhåll och reparation av övriga större varaktiga konsumtionsvaror för rekreation och kultur
		0931101	TV-spel/playstation/dataspel
		0931102	Leksaker och hobby
		0932101	Skor som är särskilt avsedda för en viss sport
		0932102	Skyddsutrustning som är avsedd för en viss sport
		0932103	Övrig utrustning för sport, ej fiske
		0932104	Fiskeredskap
		0914101	CD-skiva, dvd-skiva
		0914102	LPskiva
		0914103	Kassettböcker
		0914104	Kassettband
		0914105	Videoband köpt
		0914106	Diskett
		0941102	Avgift för idrottsutövande (inkl medl.avg. till idrottsför.)
		0941103	Avgift för utövande av musik och teckning etc.
		0932105	Övrig utrustning för camping och friluftsliv
		0932106	Grill
		0932107	Grillkol etc.
I, K	Ur, kamera, fototjänster	0912101	Kamera, filmkamera
		0912102	Kameratillbehör
		0912201	Kikare
		1231101	Smycke
		1231102	Klocka
I, K	Resor, hotell	096110101	Skolresa
		096110102	Inrikesresa
		096610201	Utrikesresa, del betald i Sverige
		096610202	Utrikesresa, del betald utomlands
		1121101	Hotell
		1121102	Camping
		1121103	Vandrarhem
I, K	Övrig fritid	09131	Informationsbehandlingsutrustning
		092110201	Båt, båtmotor
		092110202	Båttillbehör
		092110203	Båtplats, båtreparation, hamnavgift, hyrbåt
		0921103	Flygplan
		092110401	Får, höns, häst, ponny
		092110402	Tillbehör till djur - ej husdjur
		092110403	Veterinärtjänster - ej husdjur
		0934101	Husdjur
		0934102	Husdjurstillbehör
		0935101	Hundvakt, kattvakt etc.
		0935102	Veterinär - husdjur
		09431	Hasardspel
		0911202	Parabolantenn och parabolabonnemang

I, K Övrig fritid, forts.

		09151	Reparation av audiovisuell, fotografisk och informationsbehandlingsutrustning
		1232201	Solfjäder
		1232202	Solglasögon
		1232203	Babyartiklar
		1232204	Tändare
		1232205	Fickkniv
		1232206	Samlarbilder
		1232207	Majblomma
		1232208	Nyckelring
		1232209	Paraply
		1232210	Reflex
		1232211	Påskägg
		1232212	Simmärke, scoutmärke etc.
		1232213	Smyckeskrin
		1232214	Sparbössa
		1232215	Studentdjur
		1232217	Värmedyna
		09331	Trädgård, växter och blommor
I, K	Underhållning	0941101	Avgift för idrottsevenemang mm
		0941104	Avgift för tivoli, nöjesfält, marknad etc.
		0942101	Bio
		0942102	Opera, revy, teater, musikal
		0942103	Inträde konsert
		0942104	Cirkus
		0942105	Mässa
		0942106	Inträde ospec
		0942201	Djurpark
		0942202	Inträde museum
		0942203	Zoologisk trädgård
I,K,R	Böcker, tidningar, TV-licens etc.	08111	Posttjänster
		083110103	Internetabonnemang
		083110104	Internetcafe
		0942204	Bibliotek
		0942301	Tv-avg
		0942302	Kabel-tv, satellit-tv
		0942303	Hyra tv, video/dvd
		0942304	Hyra film
		0942305	Hyra tv-spel
		0942401	Fototjänster
		09511	Böcker
		0952101	Dagstidning
		0952102	Veckotidning, månadstidning
		09531	Diverse trycksaker
		09541	Skriv- och ritmaterial
I, K	Mobiltelefon (samtal och abonnemang)	083110102	Abonnemang och samtalskostnad mobiltelefon
		0831102	Telefonkort, mobil
I, K	Fast telefon (samtal och abonnemang)	083110101	Abonnemang och samtalskostnad fast telefon
		0831103	Övriga telefon- och telefaxtjänster

Källa: SCB, Hushållens utgifter

KONSUMTIONSRAPPORTEN 2008 upplaga två är den tredje rapporten i en ny serie om den privata konsumtionen i Sverige. Konsumtionsrapporten har tagits fram av Ulrika Holmberg vid Centrum för konsumtionsvetenskap (CFK) och upplaga 2 är sammanställd av Merja Mankila vid CFK. Här finns översikter över konsumenters utgifter inom olika områden och hur de förändrats sedan 1997. Rapporten visar också utvecklingen av priserna och välbefinnande under perioden. Forskare knutna till CFK har analyserat hur konsumenter förhåller sig till miljöfrågor, det digitaliserade hushållet och hälsoaspekter på matkonsumtionen.

Centrum för konsumtionsvetenskap (CFK) är Sveriges nationella forskningscentrum för konsumtionsforskning. CFK grundades 2001 och finns vid Handelshögskolan, Göteborgs Universitet. På CFK möts forskare från olika discipliner i syfte att initiera och bedriva tvärvetenskaplig forskning om konsumtion och konsumtionsmönster.

Mer information finns på www.cfk.gu.se

Kontakt: cfk@cfk.gu.se