

KONSUMTIONSRAPPORTEN – 2008

© Ulrika Holmberg och Centrum för konsumtionsvetenskap | CFK | Handelshögskolan vid Göteborgs universitet | 2007
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

I Konsumtionsrapporten som regelbundet ges ut av Centrum för Konsumtionsvetenskap (CFK) ges en överblick och analys av den privata konsumtionen i Sverige. Syftet är att bidra till insikter om hur konsumtionen utvecklas över tid. Konsumtionen har stor betydelse för hela samhället och berör företag, förvaltningar och hushåll. Konsumtionen bidrar också till tillväxten och miljön påverkas av vad vi väljer att konsumera. Konsumenterna har genom sin konsumtion möjlighet att påverka samhällets utveckling. Rapporten är sammanställd av ekon dr Ulrika Holmberg.

Konsumtionsrapporten 2008 är nummer två i ordningen och är baserad på statistik från 2006 som nyligen blivit tillgänglig. Nya rapporter och nya versioner kommer att publiceras kontinuerligt när ytterligare statistik blivit tillgänglig. Den första rapporten som vi gav ut i juni 2007 gällde konsumtionen 2005 och hur konsumtionen utvecklats sedan 1995 och 2000. Den finns tillgänglig på nätet, www.cfk.gu.se

Första delen av rapporten innehåller basfakta, där de viktigaste konsumtionsmönstren beskrivs. Vid sidan om statistik över utgifter för t ex livsmedel, bostad och transporter visar Konsumtionsrapporten 2008 hur nöjda konsumenterna är med sina liv. För att ge en bakgrund till konsumtionsutvecklingen sedan 1996 redogörs också för hur priserna förändrats under samma period.

Andra delen av rapporten innehåller en fördjupningsdel där olika teman analyseras av utvalda forskare som arbetar på eller samarbetar med CFK. I föreliggande rapport belyses teman som konsumenter och miljö, digitala medier och matkonsumtionen ur ett hälsoperspektiv. Denna analysdel är unik i och med att forskare från olika discipliner gör sina egna tolkningar och beskrivningar utifrån aktuell statistik. Sist i rapporten finns en bilaga med detaljerade tabeller och kompletterande information.

Vår förhoppning är att den kan komma företag, konsumentorganisationer, myndigheter och konsumenter till godo.

[Karin M. Ekström](#) | docent | föreståndare för Centrum för konsumtionsvetenskap

SAMMANFATTNING

I Konsumtionsrapporten 2008 sammanfattas och analyseras hushållens privata konsumtion i Sverige under 2006. 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 1 326 miljarder kronor under 2006
- Hushållen konsumerade 2,6 % mer jämfört med 2005 och 31 % mer jämfört med 1996¹.
- Priserna ökade 1,4 % mellan 2005 och 2006. 1996-2006 ökade priserna ökat med 11 %
- Konsumtionsområden som ökat mycket sedan 2005 är:
 - möbler, hushållsartiklar och rutinunderhåll, 11,4 %
 - fritid, underhållning och kultur, 8,3 %
 - kläder och skor, 5,4 %
- Konsumtionsområden som ökat mycket mellan 1996 och 2006 är:
 - Kommunikationstjänster, 157 %
 - Fritid, underhållning och kultur, 93 %
 - Möbler, hushållsartiklar och underhåll, 86 %
 - Kläder och skor, 57 %
- Ensamstående med barn har lägst utgifter för t ex livsmedel, transporter och fritid²
- 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 kvar på ca 2 % av alla livsmedel hushållen köper.

Fördjupningar

- Dator finns idag i 85 % av hemmen. Internet och dvd-spelare finns hos ca 80 %. Bredband finns i drygt 60 % och digital-tv och mp3-spelare i ca 50 % av hushållen.
- Medieutrustningen 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. Ändå är utgifterna lika stora för båda grupperna.
- Män, unga och lågutbildade äter sällan frukt och grönt.

1 Fasta priser, d v s rensat för prisförändringar

2 Med hänsyn till hushållets sammansättning

BASFAKTA

Basfaktablocket beskriver den privata konsumtionen i Sverige 2006 och visar utvecklingen de senaste tio åren med fokus på hur konsumtionen förändrats sedan 2005. 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 konsumtionsutvecklingen¹. Sist i basfaktablocket ges en översikt över konsumtionen av miljömärkta livsmedel.

KONSUMTIONEN I KRONOR

Hushållens totala konsumtion uppgick till 1 326 miljarder kronor 2006, tabell 1². Bostaden står för den största delen av den privata konsumtionen, 27 procent, och omfattar bland annat hyra, lånekostnader och uppvärmning. Andra stora poster är transporter, 14 procent, livsmedel och alkoholfria drycker, 12 procent, och fritid, underhållning och kultur, 11 procent. I bilaga 7 finns en förteckning över vilka varor och tjänster som ingår i respektive konsumtionsområde.

Tabell 1 Hushållens totala konsumtion i Sverige 2006

Konsumtionsområden	andel 2006	miljarder kronor 2006 löpande priser	förändring sedan 1996 fasta priser	förändring sedan 2005 fasta priser	genomsnittlig förändring sedan 1996
01 livsmedel och alkoholfria drycker	12%	162	25%	4,1%	2,2%
02 alkohol och tobak	4%	47	-1%	1,5%	-0,1%
03 kläder och skor	5%	67	57%	5,4%	4,6%
04 bostad	27%	358	4%	0,4%	0,4%
05 möbler, hushållsartiklar, underhåll	5%	67	86%	11,4%	6,4%
06 hälso- och sjukvård	3%	42	36%	4,3%	3,1%
07 transporter	14%	185	30%	-1,3%	2,7%
08 kommunikation	3%	43	157%	3,7%	9,9%
09 fritid, underhållning, kultur	11%	153	93%	8,3%	6,8%
10 utbildning	0%	4			
11 hotell	6%	75	30%	3,5%	2,7%
12 övriga varor och tjänster	10%	132	39%	5,4%	3,4%
Delsumma	100%	1 336	33%	3,2%	2,9%
15 hushållens konsumtion i utlandet		59	61%	4,6%	4,9%
16 utländsk konsumtion i Sverige		-69	135%	18,9%	8,9%
Summa		1 326	31%	2,6%	2,7%

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.

1 I nästa upplaga av Konsumtionsrapporten 2008 kommer hushållens ekonomiska förutsättningar inkluderas.

2 Uppgifterna är hämtade från SCB:s Nationalräkenskaper, publicerade 2007-11-29. 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 31% mellan 1996 och 2006

Konsumtionsvolymen har ökat med 31 procent på tio år (1996-2006)³. Det innebär att vi köpte 31 procent mer och/eller dyrare varor och tjänster under 2006 jämfört med 1996. 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 11 procent, bilaga 1.

Konsumtionsökningen ligger i linje med hushållens ekonomiska utveckling. Sedan 1995 har hushållens ekonomiska standard ökat varje år. Den ekonomiska standarden, som är den disponibla inkomsten justerad för hushållets försörjningsbörda, har ökat 33 procent mellan 1995 och 2006⁴.

Jämfört med 2005 har konsumtionen ökat med 2,6 procent. Det är ungefär lika mycket som den årliga ökningen de senaste 10 åren som legat på 2,7 procent i snitt⁵. Som lägst har ökningen varit 0,6 procent (1997-1998). Den största ökningen under denna period var 3,1 procent (2001-2002). I löpande priser, det vill säga utan inflationsjustering, ökade hushållens utgifter med 3,4 procent mellan 2005 och 2006.

Livsmedel och alkoholfria drycker

Konsumtionen av livsmedel och alkoholfria drycker ökade 4,1 procent mellan 2005 och 2006, tabell 1. Den genomsnittliga ökningen har varit 2,2 procent per år sedan 1996. Under tioårsperioden 1996 till 2006 ökade konsumtionen av livsmedel och alkoholfria drycker 25,0 procent, tabell 1 och figur 1. Priserna ökade 0,8 procent från 2005 till 2006 och 9,3 procent från 1996 till 2006, bilaga 1.

Alkohol och tobak

Hushållens köp av alkohol och tobak i Sverige ökade 1,5 procent mellan 2005 och 2006, tabell 1. Sedan 1996 har konsumtionen minskat med i snitt 0,1 procent per år. Mellan 1996 och 2006 minskade konsumtionen med sammanlagt 1 procent, tabell 1 och figur 1. Konsumtionsområdet "alkohol och tobak" 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 1,4 procent från 2005 till 2006 och 19,9 procent från 1996 till 2006, bilaga 1.

Kläder och skor

Konsumtionen av kläder och skor ökade 5,4 procent mellan 2005 och 2006, tabell 1. Den genomsnittliga ökningen mellan 1996 och 2006 har varit 4,6 procent per år. Hushållen konsumerade 57 procent mer kläder och skor under 2006 jämfört med 1996, tabell 1 och figur 1. Priserna på kläder och skor ökade 3,2 procent mellan 2005 och 2006. Mellan 1996 och 2006 ökade priserna 6,4 procent i denna kategori, bilaga 1.

Bostad

Den sammanlagda bostadskonsumtionen har knappt förändrats sedan 2005, +0,4 procent, tabell 1, vilket är lika mycket som den genomsnittliga förändringen mellan 1996 till 2006. Den totala konsumtionsökningen är 4 procent under perioden 10-årsperioden, tabell 1 och figur 1. De största

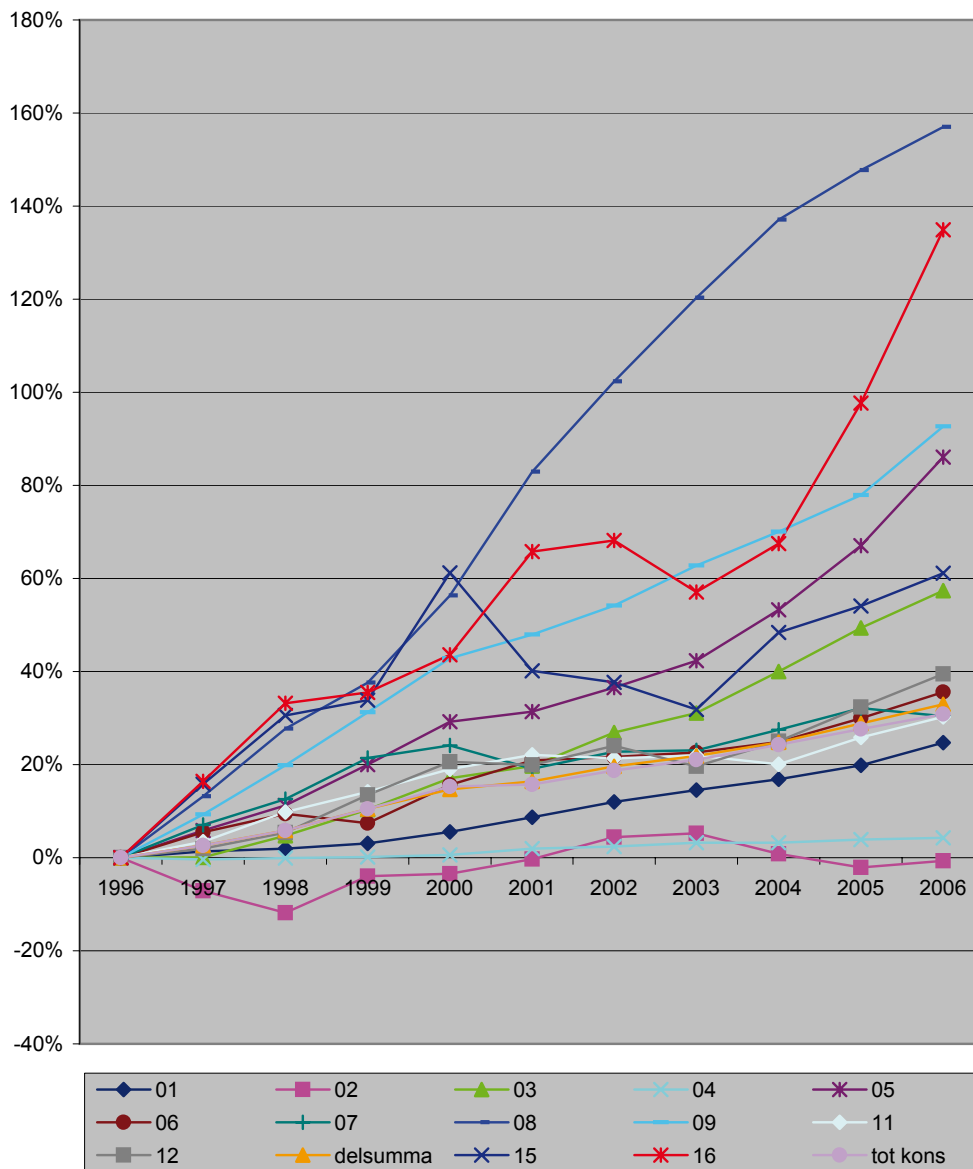
3 Mätt i fasta priser. Ökning i fasta priser innebär att konsumenterna köpt mer av en vara/tjänst eller att kvaliteten på varan/tjänsten ökat. Som jämförelse kan nämnas att ökningen i löpande priser, utan inflationsjustering, var 48% mellan 1996 och 2006.

4 Pressmeddelande 2007:278, SCB. I nästa utgåva av Konsumtionsrapporten kommer hushållens inkomster och konsumtionsutrymme att beskrivas närmare.

5 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.

posterna är hyra och kostnader för småhus och fritidshus⁶. Priserna i boendekategorin har ökat 3.5 procent mellan 2005 och 2006. Från 1996 till 2006 var prisökningen 12 procent, bilaga 1.

Figur 1 Förändring i hushållens konsumtion per konsumtionsområde 1996-2006



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

6 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)

Möbler, textilier, hushållsartiklar och underhåll

Den konsumtionskategori som ökat mest mellan 2005 och 2006 är möbler, textilier, hushållsartiklar och underhåll som ökade 11 procent⁷, tabell 1. Det är nästan dubbelt så mycket som den genomsnittliga ökningen per år under 10-årsperioden 1996-2006. Totalt ökade kategorin 86 procent mellan 1996 och 2006, tabell 1 och figur 1. Priserna på möbler och andra hushållsvaror sjönk med 2,5 procent mellan 2005 och 2006. Jämfört med 1996 ligger priserna på ungefär samma nivå 2006, endast 0,3 procent mer, bilaga 1.

Hälso- och sjukvård

De hälso- och sjukvårdskostnader som hushållen betalar direkt (ej via skattsedel⁸) uppgår till 3 procent av den totala konsumtionen, tabell 1. Dessa kostnader visar på en ökning av konsumtionen av hälso- och sjukvård med 4,3 procent mellan 2005 och 2006, vilket ligger över den årliga genomsnittliga ökningen på 3,1 procent mellan 1996 och 2006. Den totala ökningen under hela 10-årsperioden är 36 procent, tabell 1 och figur 1. Mellan 2005 och 2006 var prisökningen liten, 0,5 procent, men under 10-årsperioden 1996-till 2006 ökade priserna i denna kategori med 60 procent, bilaga 1.

Transporter

Transportkonsumtionen består av inköp och drift av fordon och köp av transporttjänster som lokalesor. Konsumtionen minskade 1,3 procent mellan 2005 och 2006, tabell 1. Under 10-årsperioden 1996-2006 ser vi dock en ökning på i genomsnitt 2,7 procent per år. Sammantaget innebär det en ökning på 30 procent under hela perioden, tabell 1 och figur 1. Priserna i transportkategorin ökade 1,6 procent från 2005 till 2006 och 21,5 procent från 1996 till 2006, bilaga 1.

Kommunikation

Hushållens konsumtion av kommunikationsrelaterade varor och tjänster (t ex posttjänster, telefoni och telefoner) ökade 3,7 procent mellan 2005 och 2006, tabell 1. Det är mindre än hälften av den genomsnittliga årliga ökningen under perioden 1996 till 2006 som var 9,9 procent. Det betyder att konsumtionen ökade med 157 procent mellan 1996 och 2006, 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 6,5 procent från 2005 till 2006 och 25,2 procent mellan 1996 och 2006, bilaga 1.

Fritid, underhållning och kultur

Hela fritidsområdet har ökat med 8,3 procent mellan 2005 och 2006, tabell 1. Det är något mer än den årliga genomsnittliga ökningen på 6,8 procent under perioden 1996 till 2006. Den sammanlagda ökningen under denna 10-årsperiod var 93 procent, tabell 1 och figur 1. Priserna sjönk med 1,3 procent mellan 2005 och 2006. Under 10-årsperioden fram till 1996 till 2006 sjönk priserna med 6,4 procent, bilaga 1.

Utbildning

Hushållens kostnader för utbildning är en liten kategori, 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

⁷ Med undantag av kategorin "utländsk konsumtion i Sverige" som ökat med 19 procent mellan 2005 och 2006

⁸ T ex egenavgifter för medicin och patientavgifter.

inte utvecklingen på 10 år. I löpande priser ökade konsumtionen 6,7 procent mellan 2005 och 2006. Det finns ännu inga uppgifter om prisutvecklingen mellan 2005 och 2006 för att beräkna förändringen i fasta priser.

Hotell, caféer och restauranger

Ökningen av konsumtionen på restauranger och caféer var 3,5 procent mellan 2005 och 2006, tabell 1. Den genomsnittliga ökningen mellan 1996 och 2006 var 2,7 procent per år, vilket motsvarar en sammanlagd ökning på 30 procent, tabell 1 och figur 1. Priserna steg med 2,4 procent mellan 2005 och 2006. Prisökningen var 25,2 procent mellan 1996 och 2006, 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 ökade med 5,4 procent från 2005 till 2006, tabell 1, vilket är mer än den genomsnittliga ökningen per år mellan 1996 och 2006 som var 3,4 procent. Hela perioden 1996-2006 var ökningen 39 procent, tabell 1 och figur 1. Priserna ökade 4,1 procent från 2005 till 2006 och 37,3 procent från 1996 till 2006 för hela kategorin, bilaga 1.

Konsumtion i utlandet

Hushållens konsumtion i utlandet ökade med 4,6 procent mellan 2005 och 2006, tabell 1. Ökningen är nästan lika stor som den genomsnittliga årliga ökningen på 4,9 procent mellan 1996 och 2006, tabell 1 och figur 1. Under denna 10-årsperiod ökade konsumtionen i utlandet med 61 procent, bilaga 1.

Utländsk konsumtion i Sverige

Turisters konsumtion i Sverige var 18,9 procent större 2006 jämfört med 2005, tabell 1. Det är ungefär dubbelt så mycket som den genomsnittliga ökningen på 8,9 procent per år mellan 1996 och 2006, tabell 1 och figur 1. Turisternas konsumtion ökade så mycket som 135 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 63 210 kronor, 24 procent⁹. Därtill kommer inredning med 14 790 kronor, 5,6 procent. Andra stora utgiftsposter är transporter med 48 850 kronor, 19 procent och köpta livsmedel¹⁰ 32 920 kronor, 12,5 procent. Alkoholhaltiga drycker, tobak och utemåltider står tillsammans för knappt 16.000 kronor per hushåll, 5,9 procent¹¹.

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 förutsättningarna¹².

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 2006 – hushållsgrupper

	Ensamstående med barn	Ensamstående utan barn	Sammanboende med barn	Sammanboende utan barn	Övriga sammanboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
Antal hushåll	118	343	753	538	103	117	1 972
Antal personer, snitt	2,6	1	3,8	2	4,6	2,9	2,1
Konsumtionsenheter	1,79	1	2,37	1,54	2,92	2,05	1,59
Beräknad populationsstorlek	214 570	1 493 660	837 360	1 154 440	103 190	184 880	3 988 100
TOTALA UTGIFTER	241 060	172 270	366 070	288 320	408 470	321 900	263 310
Köpta livsmedel	29 100	17 630	44 980	33 000	51 440	41 560	30 420
Alkohol fria drycker	2 700	1 510	3 690	2 590	4 320	3 360	2 500
Utemåltider	7 830	7 240	13 820	11 470	14 460	11 140	10 250
Alkoholhaltiga drycker	1 560	3 050	3 810	4 380	4 090	3 560	3 560
Tobak	2 800	1 450	1 970	1 880	2 290	3 130	1 860
Förbrukningsvaror	5 710	3 180	8 780	5 720	8 590	7 220	5 560
Hushållstjänster	8 650	7 080	21 430	12 310	20 370	14 680	12 390
Kläder och skor	15 730	7 230	21 890	13 060	26 260	16 720	13 380
Bostad	75 210	50 850	79 180	61 760	86 510	72 840	63 210
Möbler, invent., textil, hush.utr.	9 450	7 630	21 870	19 070	23 020	15 520	14 790
Hälsa- och sjukvård	5 450	4 580	7 960	6 310	7 630	6 400	6 000
Transport	28 410	29 310	69 560	57 730	77 800	64 960	48 850
Fritid och kultur	46 770	30 210	64 600	57 320	75 800	57 970	48 640

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

⁹ Bostadsutgifterna i SCB:s undersökning Hushållens utgifter (HUT) gäller faktiska utgifter.

HUT bygger 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

¹⁰ Inkl. alkoholfria drycker

¹¹ OBS! Notera att beloppen är skattnings i tabell 2 (se tabell 2:1 i bilaga 2 som visar 95% konfidensintervall)

¹² Hushållens ekonomiska förutsättningar beskrivs närmare i nästa upplaga av Konsumtionsrapporten 2008.

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 närmare 190 000 kronor, medan ensamstående med barn konsumerar minst med ca 135 000 kronor, tabell 3. Det är en skillnad på nästan 40 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 2006 per hushåll

	Ensamstående med barn	Ensamstående utan barn	Sammanboende med barn	Sammanboende utan barn	Övriga sammanboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
Totala utgifter	134 670	172 270	154 460	187 221	139 887	157 024	165 604
Köpta livsmedel	16 257	17 630	18 979	21 429	17 616	20 273	19 132
Alkoholfria drycker	1 508	1 510	1 557	1 682	1 479	1 639	1 572
Utemåltider	4 374	7 240	5 831	7 448	4 952	5 434	6 447
Alkoholhaltiga drycker	1 560	3 050	1 905	2 844	2 045	1 737	2 239
Tobak	2 800	1 450	985	1 221	1 145	1 527	1 170
Förbrukningsvaror	3 190	3 180	3 705	3 714	2 942	3 522	3 497
Hushållstjänster	4 832	7 080	9 042	7 994	6 976	7 161	7 792
Kläder och skor	8 788	7 230	9 236	8 481	8 993	8 156	8 415
Bostad	42 017	50 850	33 409	40 104	29 627	35 532	39 755
Möbler m m	5 279	7 630	9 228	12 383	7 884	7 571	9 302
Hälso- och sjukvård	3 045	4 580	3 359	4 097	2 613	3 122	3 774
Transport	15 872	29 310	29 350	37 487	26 644	31 688	30 723
Fritid och kultur	26 128	30 210	27 257	37 221	25 959	28 278	30 591

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 2006. Ensamstående med barn och sammanboende utan barn

	Ensamstående med barn	Sammanboende utan barn	Skillnad
Totala utgifter	134 670	187 221	+39%
Köpta livsmedel	16 257	21 429	+32%
Alkoholfria drycker	1 508	1 682	+11%
Utemåltider	4 374	7 448	+70%
Alkoholhaltiga drycker	872	2 844	+226%
Tobak	1 564	1 221	-22%
Förbrukningsvaror	3 190	3 714	+16%
Hushållstjänster	4 832	7 994	+65%
Kläder och skor	8 788	8 481	-3%
Bostad	42 017	40 104	-5%
Tjänster förknippade med bostaden	1 162	3 058	+163%
Elektricitet, gas och andra bränslen	4 749	6 721	+42%
Möbler m m	5 279	12 383	+135%
Hälsa- och sjukvård	3 045	4 097	+35%
Transport	15 872	37 487	+136%
Inköp av bil	3 324	15 065	+353%
Drift av bil	7 061	17 877	+153%
Fritid och kultur	26 128	37 221	+42%
Resor, hotell	5 363	9 753	+82%

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT)

Bostaden – 37% 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 barn står bostaden för 37 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, 15 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 2006.

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sam- manboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
	%	%	%	%	%	%	%
Totala utgifter	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Köpta livsmedel	14,9	11,6	13,1	13,1	13,2	14,4	12,7
Alkoholfria drycker	1,3	1,0	1,1	1,0	1,2	1,2	1,1
Utemåltider	3,0	3,9	3,6	3,5	3,7	2,9	3,6
Alkoholhaltiga drycker	0,6	1,6	1,0	1,5	0,9	1,2	1,3
Tobak	1,3	0,9	0,6	0,7	0,7	1,2	0,8
Förbrukningsvaror	2,8	1,9	2,5	2,0	2,2	2,3	2,1
Hushållstjänster	4,0	3,7	6,1	4,0	4,9	4,5	4,4
Kläder och skor	5,9	3,7	5,6	3,9	6,2	4,5	4,4
Bostad	36,8	33,7	23,3	24,1	22,8	26,8	28,3
Möbler m m	3,6	4,1	5,8	5,7	5,6	4,1	4,9
Hälsa- och sjukvård	2,0	2,4	2,1	2,1	1,8	1,7	2,2
Transport	6,6	14,0	17,8	18,7	17,8	17,4	16,0
Fritid och kultur	19,3	17,0	16,9	19,1	17,9	17,3	17,8

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT)

Transportutgifterna har en mycket liten andel av de totala utgifterna hos ensamstående med barn 6,6 procent. Det är framförallt inköp av bil, 1,7 procent, och drift av bil, 4,9 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 28 procent av hushållets utgifter. Utgiftsposten är stor även för ensamstående utan barn, 26 procent. I övriga hushållsgrupper ligger denna hyresutgift på mellan 7 och 11 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. Mäns medelutgifter för alkoholhaltiga drycker är ungefär dubbelt så stora som kvinnors. Andra utgifter som är mycket större än kvinnornas är drift av bil, 62 procent mer, eventuellt ännu större, kolla med SCBI, tobak 35 procent mer och lek, sport, hobby m m 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.

Män spenderar 76 procent mindre jämfört med kvinnor på personlig hygien, 71 procent mindre på underkläder och 63 procent mindre på skor. Inom området övriga tjänster som bl a

Tabell 6 Utgifter per person 2006, kvinnor och män 0-79 år

	Kvinnor	Män	mäns konsumtion jämfört med kvinnors	
			kronor	andel
Antal medverkande personer	2843	2780		
Beräknad populationsstorlek	4363400	4173990		
UTEMÅLTIDER	1920	2190	270	14%
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER, inkl lättöl	160	340	180	113%
TOBAK	400	540	140	35%
FÖRBRUKNINGSVAROR	1000	270	-730	-73%
därav Personlig hygien	980	240	-740	-76%
HUSHÅLLSTJÄNSTER	1620	710	-910	-56%
därav Övriga tjänster	1590	700	-890	-56%
KLÄDER OCH SKOR	5680	2710	-2970	-52%
Kläder	4620	2320	-2300	-50%
därav Utekläder	490	320	-170	-35%
Övriga kläder	2740	1520	-1220	-45%
Underkläder	590	170	-420	-71%
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	120	130	10	8%
Skor	1040	390	-650	-63%
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	2500	1370	-1130	-45%
TRANSPORT	1350	1560	210	16%
därav Drift av bil	520	840	320	62%
Lokalresor, transporttjänster	800	400	-400	-50%
FRITID OCH KULTUR	2950	2870	-80	-3%
därav Lek, sport, hobby	1060	1420	360	34%
Underhållning	180	170	-10	-6%
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	770	480	-290	-38%

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT)

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

innehåller frisör, gåvor, utbildningsavgifter, privat och kommunal hemtjänst, bankavgifter m m (se bilaga 8) är männens utgifter knappt hälften av kvinnornas, 56 procent mindre. Mäns utgifter för kläder respektive lokalresor är hälften så stora som kvinnornas, 50 procent mindre.

Jämfört med 2003 har skillnaderna mellan kvinnor och mäns utgifter minskat avseende utemåltider, drift av bil samt lek, sport och hobby. Skillnaderna har ökat inom kläder, skor, lokalresor samt böcker, tidningar, tevelicens etc, bilaga 2 tabell 2.4.

I bilaga 2 redovisas kvinnor och mäns utgifter i olika åldersgrupper, 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 konsumenter¹³ 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 1996 till 2006. 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?

	1996	2005	2006
Mycket nöjd	29,6%	32,3%	35,2%
Ganska nöjd	63,6%	59,5%	57,4%
Inte särskilt nöjd	6,4%	6,9%	6,6%
Inte alls nöjd	0,4%	1,3%	0,8%
Total	100%	100%	100%
Antal svarande	1721	3445	3204

Källa: Riks-SOM-undersökningen 1996, 2005 & 2006 (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, tabell 8. Skillnaderna mellan kvinnor och män är något större 2006 jämfört med 2005.

Tabell 8 Välbefinnande bland kvinnor och män, 1996, 2005 och 2006

	1996		2005		2006	
	kvinnor	män	kvinnor	män	kvinnor	män
Mycket nöjd	32,10%	26,80%	33,7%	30,8%	37,0%	33,2%
Ganska nöjd	61,50%	65,90%	59,1%	59,9%	56,2%	58,6%
Inte särskilt nöjd	5,80%	7,10%	6,0%	7,9%	6,1%	7,3%
Inte alls nöjd	0,50%	0,20%	1,2%	1,4%	0,7%	0,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Antal svarande	807	911	1793	1652	1673	1531

Källa: Riks-SOM-undersökningen 1996, 2005 & 2006 (andelarna gäller de som svarat på frågan)

13 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 28 procent att de är mycket nöjda och 15 procent att de inte är nöjda. De som bor i hushåll med en årsinkomst över 600 000 är mycket mer nöjda med sina liv. 49 procent är mycket nöjda och 3 procent är inte nöjda.

Tabell 9 Välbefinnande bland låg- respektive höginkomsttagare, 2006

Hushållsinkomst	Mycket nöjd med livet	Inte alls nöjd med livet
upp till 200 000 kronor	28%	15%
601 000 kronor eller mer	49%	3%

Källa: Riks-SOM, 2006

EKOLOGISKA LIVSMEDEL

Andelen miljömärkta livsmedel ligger kvar på 2,2 procent av de livsmedel som svenska hushåll köper, se tabell 10. Mjök och ägg ligger högst. Ägg respektive mellanmjök och lättmjök når över 10 procent. Förändringarna mellan 2003 och 2006 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 2003-2006

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

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?"¹

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.

¹ I kommande upplaga av Konsumtionsrapporten 2008 analyseras konsumtionen av hälso- och sjukvård och konsumtionen kring konsumenters fysiska aktivitet.

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 är *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 handlar ofta om konsumtionsbeslut. Vad en person i familjen beslutar kan få effekt på andra familjemedlemmars 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 | docent | företagsekonomi

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.

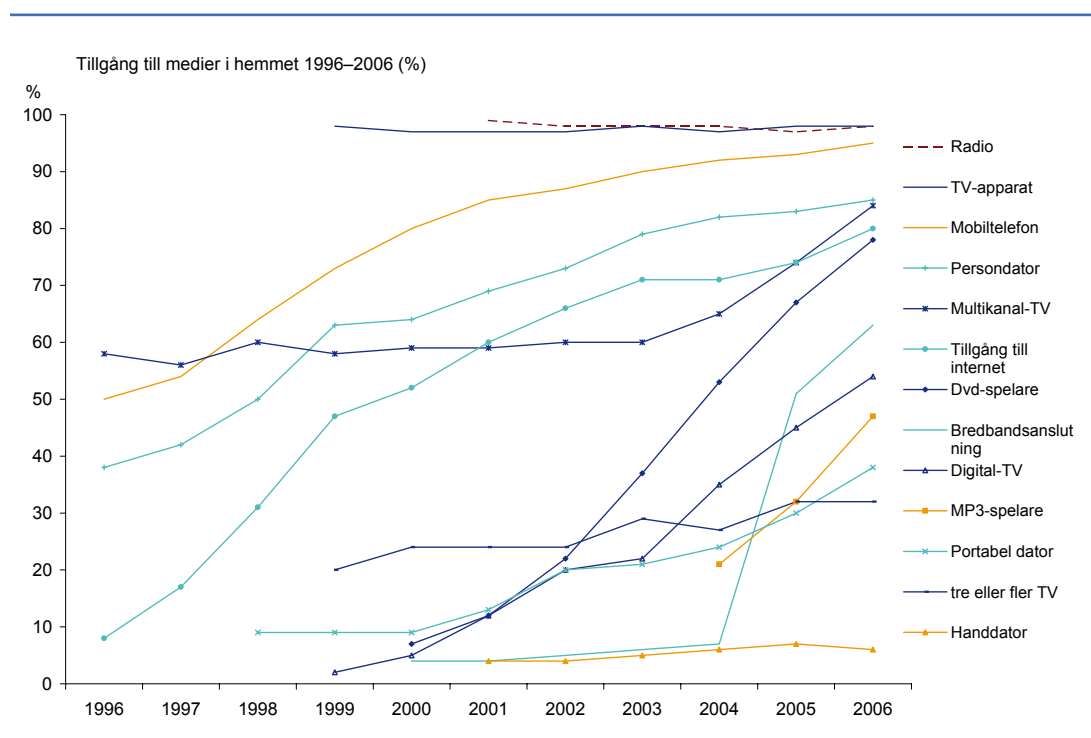
För användarna har det nya medieutbudet betytt större möjligheter till interaktivitet och mobilitet. De kan ta emot radiokanaler via traditionella radioapparater, internet, teve och mobiltelefoner, och teveprogram och dagstidningar kan nås via internet och mobiltelefon. Det är möjligt att konsumera medier 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 1996–2006 (%)



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

år 2004 är det mest markanta exemplet. Ny sändnings- och mottagningsteknik för tv har samtidigt bidragit till att multikanalteve och digitalteve växt, och fler och fler hem har också tillgång till nya digitala lagringstekniker genom dvd- och mp3-spelare. Medieapparater som mätts för första gången 2006 och inte syns i översikten är: konsol för tevespel 35 procent, bärbart spel 14 procent, mediacentrar 6 procent och PVR/hårddiskmottagare 2 procent. 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 2003–2006 för framför allt radio och teve, mobiltelefoner och kameror/fototjänster, tabell 11.

Mest har hushållens kostnader för radio och teve stigit, med 38 procent 2003–2006, och 18 procent mellan 2005 och 2006. Förklaringar finns bland annat i övergången till digital marksänd teve som inneburit nyinvesteringar i form av boxar, att fler och fler byter till platta teveapparater och abonnerar på betalteve. Utgifter för mobiltelefoner som också ökat mycket sedan 2003 har däremot planat ut det sista året.

Internets genomslagskraft

Användningen av internet har följt den stigande bredbandstillgången. År 2006 använde 62 procent av befolkningen internet en genomsnittlig dag, vilket är nästan en fördubbling sedan 2003, figur 3 och bilaga 5. Internet och bredband 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 hushålls internetanslutning stigit de senaste åren: med 160 procent sedan år 2000, 53 procent sedan 2003 och 14 procent mellan 2005 och 2006. Samtidigt har prisutvecklingen för både internet och teletjänster stabiliserats mellan 2005 och 2006.

Bredbandsuppkoppling är sedan 2005 vanligare än modem (uppringd anslutning). Typen av anslutning till internet har betydelse. De som har bredband använder nätet oftare och under längre tid än de med modem. Användningstiden ökade med 18 minuter i bredbandshushåll, jämfört med bara sex minuter i modemhushåll mellan 2005 och 2006. Bredbandsanvändarna ägnar sig också åt delvis andra användningsområden än modemanvändarna. Bland annat läser de dagstidning, bloggar, spelar spel samt lyssnar på och laddar ner musik i större utsträckning.

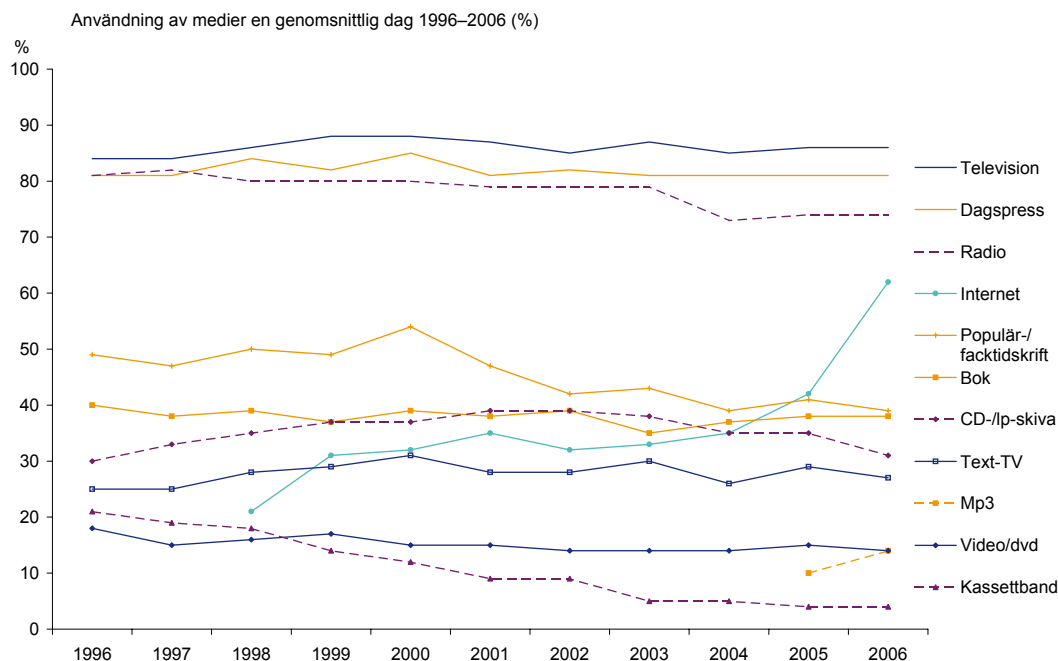
Skillnader i olika gruppers tillgång och användning av nätet finns fortfarande. Fler män än kvinnor har tillgång till bredband i hemmet (66 respektive 60 procent). De är också flitigare användare i hemmet en genomsnittlig dag (58 procent jämfört med 46 procent av kvinnorna) och sitter vid datorn längre tid. Det enda medium som visar lika stora skillnader mellan könen är boken, men då är det kvinnorna som står för den större användningen.

Tabell 11 Hushållens utgifter för kommunikationstjänster och kommunikationsutrustning 2003–2006 (kronor, förändring i procent)

Utlägg per hushåll	2003	2004	2005	2006	Förändring 2003–2006	Förändring 2005–2006
Radio och tv	2 310	2 410	2 690	3 180	38	18
Böcker, tidningar, tv-licens etc.	7 910	8 480	9 040	8 920	13	-1
Fast telefon (samtal och abonnemang)	4 030	3 880	3 730	3 590	-11	-4
Mobiltelefon (samtal och abonnemang)	1 880	2 120	2 480	2 370	26	-4
Lek, spel, hobby	5 370	4 960	5 120	5 350	0	4
Ur, kamera, fototjänster	1 040	880	1 620	1 630	57	1
Övrig fritid	8 990	8 940	8 870	8 860	-1	0
Underhållning	1 640	1 680	1 530	1 170	-29	-24

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT)

Figur 3 Användning av medier en genomsnittlig dag 1996-2006 (%)



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

Samtidigt med den ökade tillgången till internet och ny medieteknik har användningen av mer traditionella medier varit stabil. Teve, radio och dagspress används dagligen av 75–85 procent av befolkningen, vilket är ungefär lika många som för tio år sedan. Äldre analoga medietekniker ersätts visserligen av nya digitala, till exempel byts videon ut mot dvd-spelare och PVR/hårddiskmottagare, men lika många använder möjligheten att spela in och upp innehåll. Användningen av medieinnehåll via mobiltelefon är än så länge begränsat. En förklaring ligger i att medieanvändning ingår i människors vanor, vilka inte förändras så snabbt.

En annan följd av det större medieutbudet blev att nya möjligheter öppnades för reklammarknaden. Medierna är en stor del i konsumtionsmiljön – 2006 var reklaminvesteringarna 17,6 miljarder kronor, och reklam i medier har i fasta priser ökat med över 300 kr/capita mellan 1996 och 2006 (Institutet för reklam- och mediestatistik, IRM) – och båda parter är beroende av varandra. 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 igenom även här. Under 2006 växte internet med 50 procent, enligt IRM, och blev därmed landets tredje största reklammedium efter morgonpress och teve.

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 tevetrustningen som har uppgraderats till den nya tekniken (dvd, digitalteve). De hushåll som har barn har dock fler 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 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.

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 inte den ökade apparattillgången i hushållen av användning.

Ulrika Facht | forskningsinformatör | Nordicom, Göteborgs universitet

Eva Harrie | forskningsinformatör | Nordicom, Göteborgs universitet

Referenser:

- Bergström, Annika (2007) Internetanvändning med och utan bredband. Göteborg: Dagspresskollegiet, Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), Göteborgs universitet (pm 65).
- Carlsson, Ulla och Ulrika Facht, (red) (2007) *MedieSverige 2007. Statistik & analys*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Holmberg, Sören och Lennart Weibull (2007) *Det nya Sverige*, i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red), *Det nya Sverige*. Göteborg: SOM-institutet (rapport 41).
- Nilsson, Åsa (2005) *Medieanvändning i vardagen*, i Bergström, Annika, Ingela Wadbring och Lennart Weibull (red), *Nypressat. Ett kvartssekel med svenska dagstidningsläsare*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), Göteborgs universitet.
- Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2006, *MedieNotiser 1/2007*. Göteborg: Nordicom-Sverige. ISSN 1101-4539.
- Nordicom-Sveriges Internetbarometer 2006, *MedieNotiser 2/2007*. Göteborg: Nordicom-Sverige. ISSN 1101-4539.
- Statistiska Centralbyrån (SCB), statistikdatabas över hushållens utgifter (HUT) (2007) – www.scb.se.
- Svensk Telemarknad 2006 (2007). Stockholm: Post- och Telestyrelsen (PTS-ER-2007:15).
- Trotzig, Elisabeth m fl (2007) *Svensk reklammarknad*. Stockholm: IRM Institutet för Reklam- och Mediestatistik.

MATKONSUMTIONEN OCH HÄLSAN

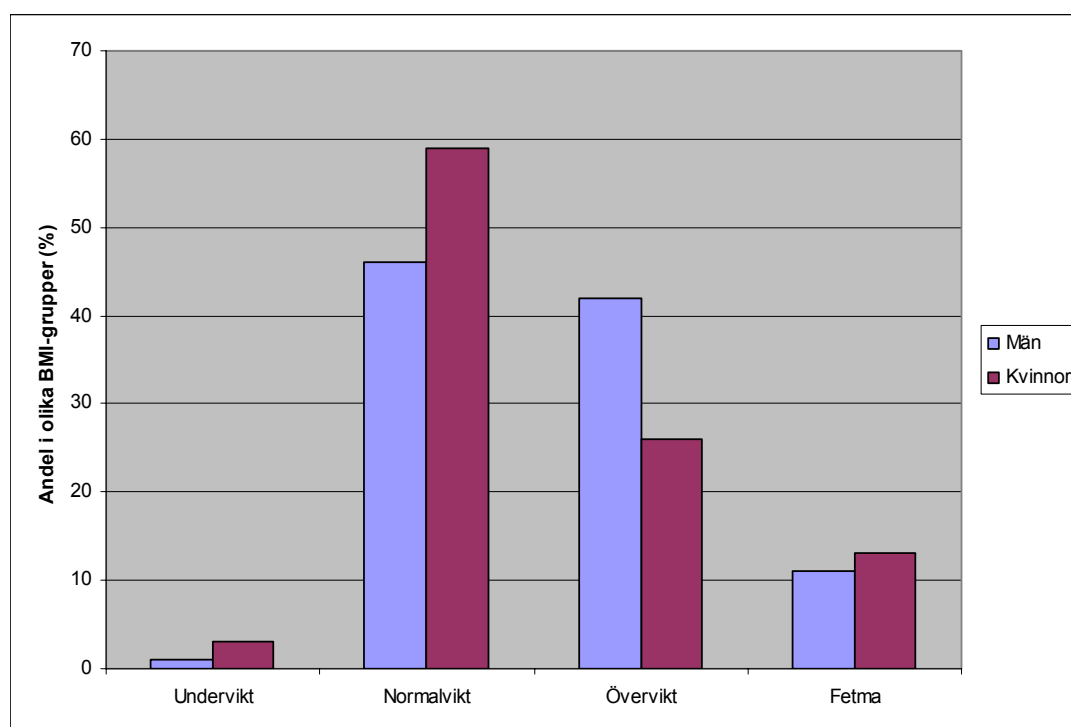
Fetma är ett ökande hälsoproblem som har betydelse för såväl livskvalitet som sjuklighet och dödlighet. Detta hälsoproblem kan relateras till flera av konsumtionsgrupperna i denna rapport. Konsumtion av mat, alkoholhaltiga drycker, transporter och fritidsaktiviteter har betydelse för utveckling av övervikt 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, 2006

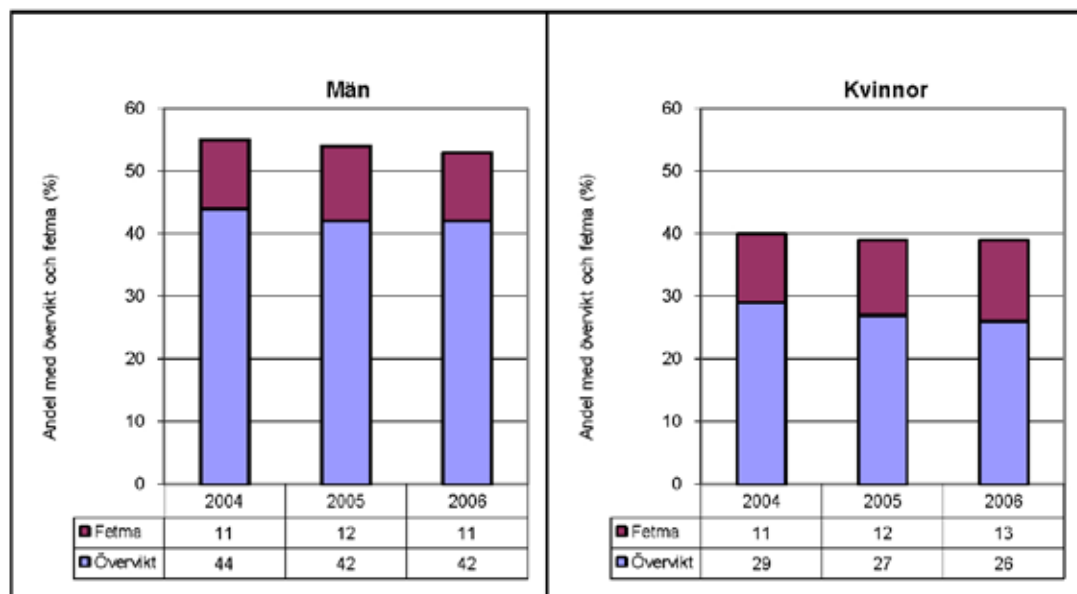


Källa: Nationella folkhälsoenkäten 2006, Statens folkhälsoinstitut, FHI

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 BMI².

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 färsk. Siffrorna tyder på att andelen överviktiga minskat, medan andelen kvinnor med fetma eventuellt ökat något från år 2004 till 2006, 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 2004-2006



Källa: Nationella folkhälsoenkäten 2006, 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, bland dem som bor i glesbygd och bland utrikes födda, 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?

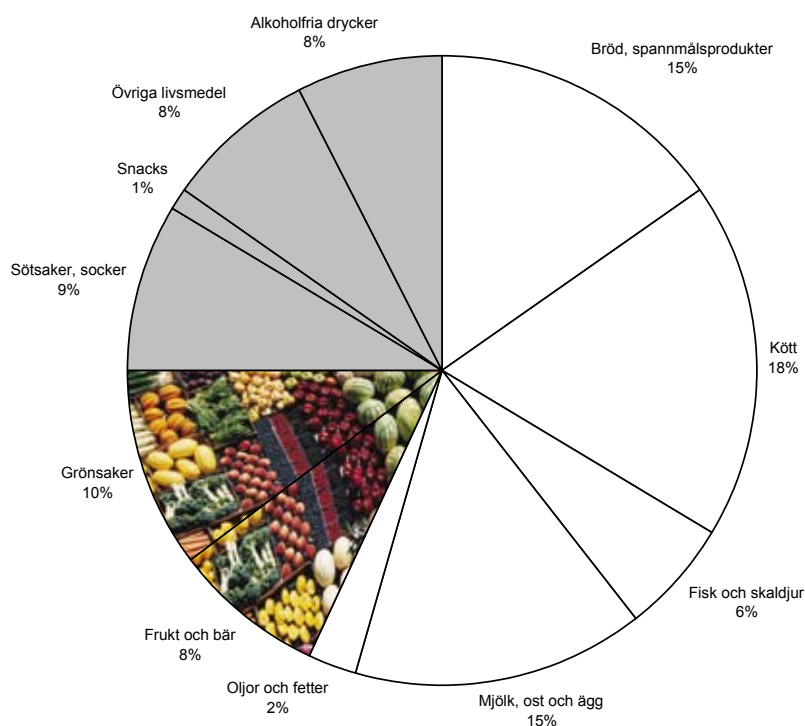
Positivt är att konsumtionen av frukt och grönsaker ser ut att öka i befolkningen. Det är främst kvinnorna som har tagit till sig dessa vanor, bilaga 6 figur 6.7. Att kvinnor är mer intresserade av hälsosam mat visar även andra studier. Vi har i en studie intervjuat konsumenter över 55 år om deras uppfattning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

² 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 kassadagböcker³, 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 sötsaker och 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. Utgifterna för feta mejeriprodukter minskartill fördel för magra varianter. Vi lägger även mer pengar på grovt bröd och fisk samt mindre på snacks och matfetter 2006 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) 2006



Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT)

³ Andel av utgifter beror dock på prisutveckling och är därför mycket osäkert mått på förändringar i konsumtion.

Tabell 12 Vissa livsmedelsgruppers andel av de totala livsmedelsutgifterna (exklusive alkoholhaltiga drycker) 2003 – 2006.

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

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, M.A., 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. Fruktoch grönsaker har fått en något större andel av hushållsbudgeten de senaste åren och andelen konsumenters som uppger att de äter frukt och grönt fler gånger per dag ökar. Sötsaker, snack och läskedrycker andel av hushållsbudgeten visar på en liten minskning.

Nästa upplaga av Konsumtionsrapporten 2008 beskriver hushållens ekonomiska förutsättningar närmare. Hushållens ekonomi är en viktig pusselbit för att förstå vad och hur mycket olika hushåll konsumerar. Hälsoperspektivet kommer också att fördjupas i nästa upplaga. Där analyseras konsumtionen av hälso- och sjukvård och konsumtionen kring konsumenters fysiska aktivitet.

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 (2007) *Internetanvändning med och utan bredband*. Göteborg: Dagspresskollegiet, Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), Göteborgs universitet (pm 65).

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.

Holmberg, Sören och Lennart Weibull (2007) *Det nya Sverige*, i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red), *Det nya Sverige*. Göteborg: SOM-institutet (rapport 41).

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

Nilsson, Åsa (2005) *Medieanvändning i vardagen*, i Bergström, Annika, Ingela Wadbring och Lennart Weibull (red), *Nypressat. Ett kvartssekel med svenska dagstidningsläsare*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), Göteborgs universitet.

Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2006, *MedieNotiser 1/2007*. Göteborg: Nordicom-Sverige. ISSN 1101-4539.

Nordicom-Sveriges Internetbarometer 2006, *MedieNotiser 2/2007*. 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.

Statistiska Centralbyrån (SCB), statistikdatabas över hushållens utgifter (HUT) (2007) www.scb.se

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

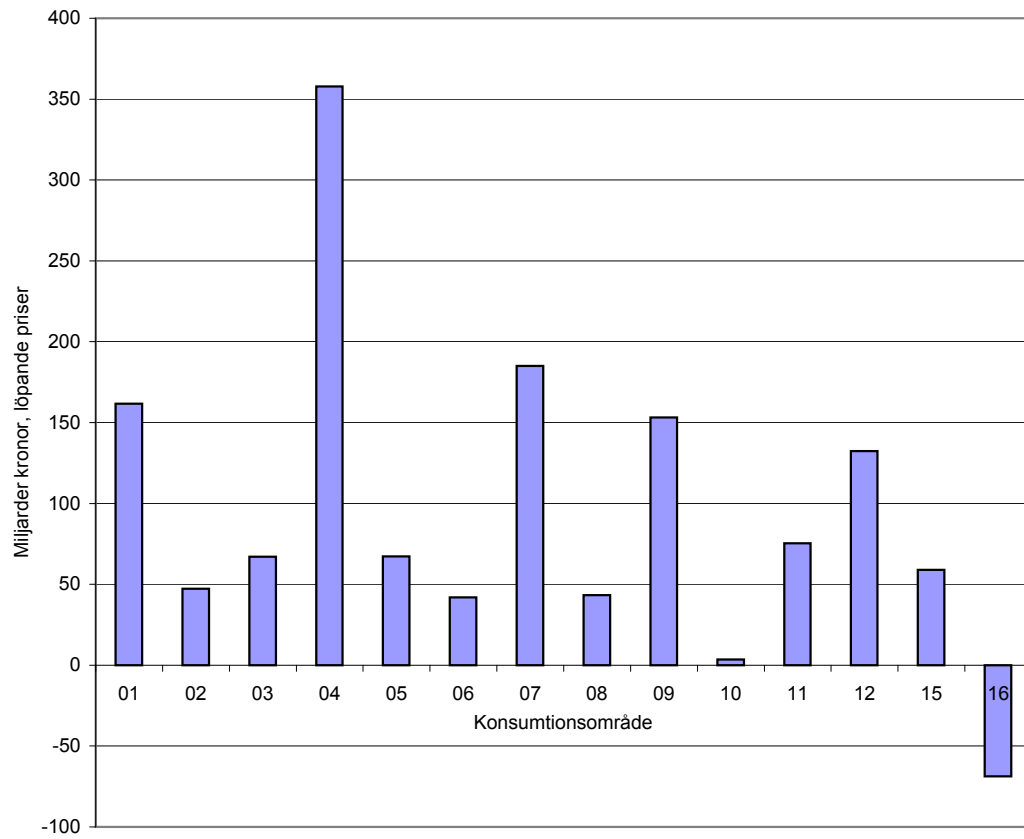
Svensk Telemarknad 2006 (2007). Stockholm: Post- och Telestyrelsen (PTS-ER-2007:15).

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

Figur 1.1 Hushållens konsumtion i Sverige efter ändamål 2006



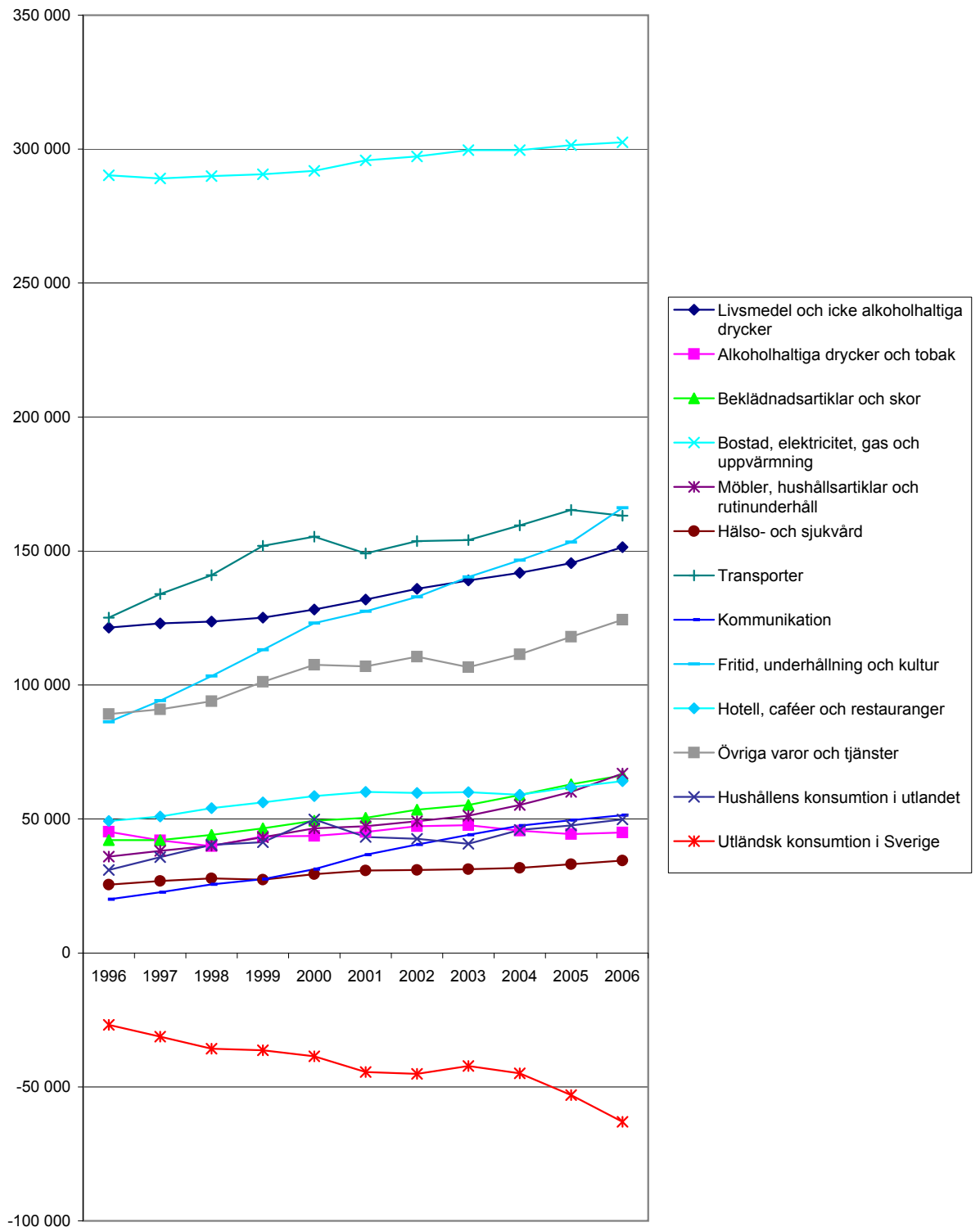
Tabell 1.2 Hushållens konsumtionsutgifter efter ändamål, ackumulerad förändring i %

	årsstat 1996		årsstat 1997		årsstat 1998		årsstat 1999		årsstat 2000		årsstat 2001		årsstat 2002		årsstat 2003		årsstat 2004		årsstat 2005		årsstat 2006		
	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	
01 Livsmedel och icke alkoholhaltiga drycker	0%	0%	1%	2%	2%	3%	3%	6%	9%	12%	15%	17%	20%	25%	30%	36%	43%	48%	54%	63%	70%	78%	93%
02 Alkoholhaltiga drycker och tobak	0%	0%	-7%	-12%	-4%	0%	0%	3%	9%	4%	5%	1%	0%	4%	5%	5%	1%	1%	-2%	-2%	1%	-1%	-1%
03 Beklädnadsartiklar och skor	0%	0%	0%	5%	5%	10%	10%	17%	20%	27%	31%	40%	49%	57%	67%	78%	83%	83%	83%	83%	83%	83%	83%
04 Bostad, elektricitet, gas och uppvärmning	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	2%	2%	3%	3%	3%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%
05 Möbler, hushållsartiklar och rutinunderhåll	0%	0%	6%	11%	11%	20%	20%	29%	31%	37%	42%	53%	67%	86%	102%	120%	137%	148%	148%	148%	148%	148%	157%
06 Hälsa- och sjukvård	0%	0%	5%	9%	9%	7%	7%	16%	21%	22%	23%	25%	30%	36%	42%	53%	67%	86%	102%	120%	137%	148%	157%
07 Transporter	0%	0%	7%	13%	13%	21%	21%	24%	19%	23%	23%	27%	32%	39%	47%	57%	70%	88%	110%	137%	170%	213%	267%
08 Kommunikation	0%	0%	13%	28%	28%	38%	38%	56%	83%	102%	120%	137%	148%	157%	167%	177%	187%	197%	207%	217%	227%	237%	247%
09 Fritid, underhållning och kultur	0%	0%	9%	20%	20%	31%	31%	43%	48%	54%	63%	70%	78%	86%	93%	100%	107%	114%	121%	128%	135%	142%	149%
11 Hotell, caféer och restauranger	0%	0%	3%	10%	10%	14%	14%	19%	22%	21%	22%	20%	21%	22%	22%	22%	22%	20%	26%	32%	39%	46%	53%
12 Övriga varor och tjänster	0%	0%	2%	5%	5%	13%	13%	21%	20%	24%	20%	25%	32%	39%	47%	57%	70%	88%	110%	137%	170%	213%	267%
Delsumma	0%	0%	3%	6%	6%	10%	10%	15%	16%	20%	22%	25%	29%	33%	37%	42%	48%	54%	63%	70%	78%	86%	93%
15 Hushållens konsumtion i utlandet	0%	0%	16%	31%	31%	34%	34%	61%	40%	38%	32%	48%	54%	61%	67%	74%	81%	88%	95%	102%	109%	116%	123%
16 Utländsk konsumtion i Sverige	0%	0%	16%	33%	33%	35%	35%	44%	66%	68%	57%	67%	98%	135%	172%	209%	246%	283%	320%	357%	394%	431%	468%
Hushållens totala konsumtionsutgifter	0%	0%	3%	6%	6%	10%	10%	15%	16%	20%	22%	25%	29%	33%	37%	42%	48%	54%	63%	70%	78%	86%	93%

Källa: SCB, Nationalräkenskaperna, hushållens konsumtion
Beloppen är uppdaterade enligt publicering 2007-11-29

Figur 1.2 Hushållens konsumtion efter ändamål, 1996-2006.

Miljoner kronor i fasta priser, referensår 2000.



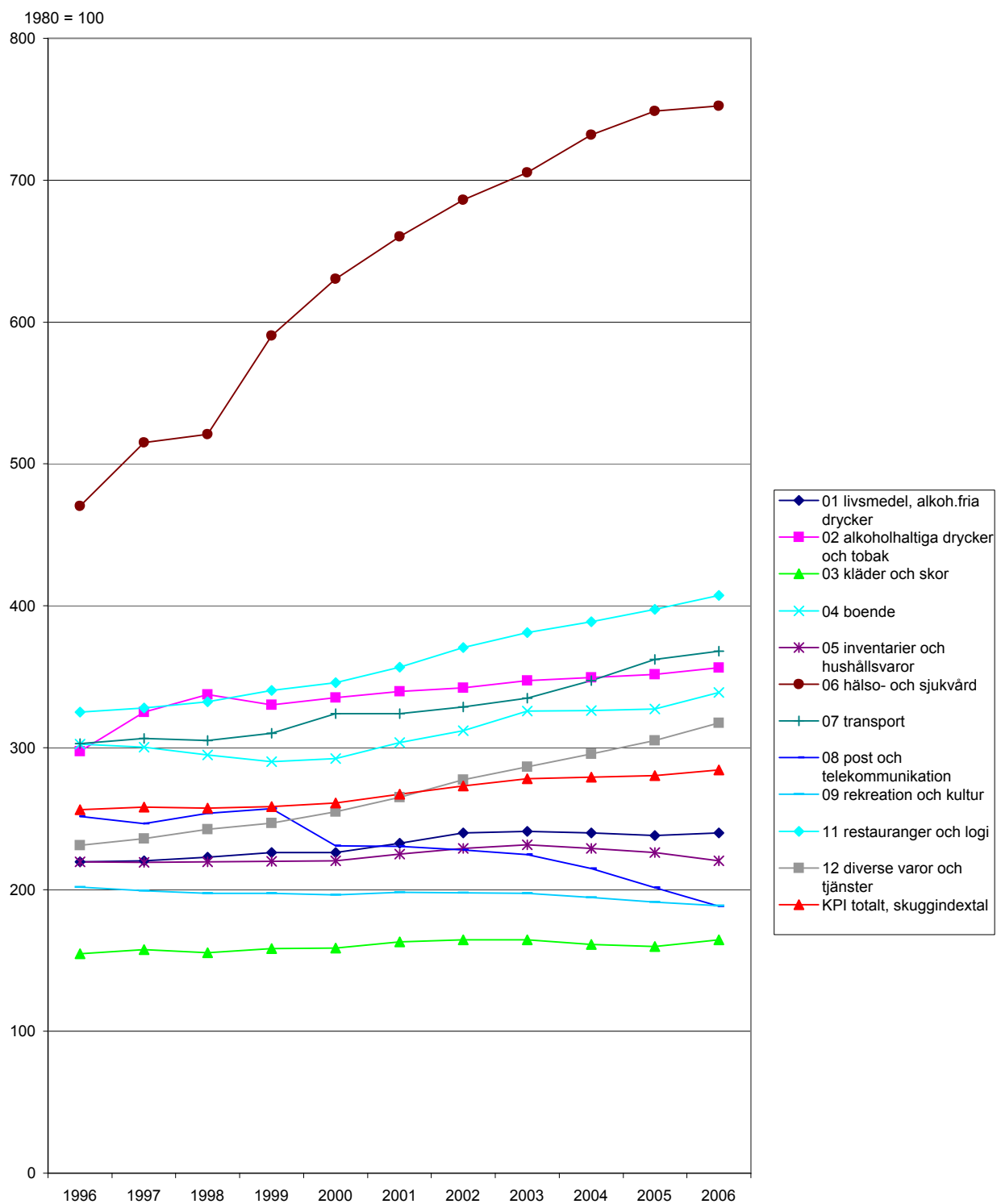
Källa: SCB, Nationalräkenskaperna, hushållens utgifter

Tabell 1.3 Konsumentprisindex

Konsumtionsområden	KPI 1996	KPI 2005	KPI 2006	jmf 05-06	jmf 96-06
01 livsmedel, alkoh.fria drycker	219	238	240	0,8%	9%
02 alkoholhaltiga drycker och tobak	297	352	356	1,4%	20%
03 kläder och skor	155	160	165	3,2%	6%
04 boende	303	327	339	3,5%	12%
05 inventarier och hushållsvaror	220	226	220	-2,5%	0%
06 hälso- och sjukvård	470	749	752	0,5%	60%
07 transport	303	362	368	1,6%	21%
08 post och telekommunikation	251	201	188	-6,5%	-25%
09 rekreation och kultur	202	191	189	-1,3%	-6%
10 utbildning	-	-	-		
11 restauranger och logi	325	398	407	2,4%	25%
12 diverse varor och tjänster	231	305	317	4,1%	37%
KPI totalt, skuggindextal	256	280	284	2,0%	11%

Källa: SCB, Konsumentprisindex

Figur 1.3 Konsumentprisindex 1996-2006



Källa: SCB, Konsumentprisindex, KPI

BILAGA 2 UTGIFTER PER HUSHÅLL

Tabell 2.1 Utgifter i kronor per hushåll år 2006 – hushållsgrupper 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
Antal medverkande hushåll	118	343	753	538	103	117	1 972
Genomsnittligt antal personer	2,6	1,0	3,8	2,0	4,6	2,9	2,1
Antal konsumtionsenheter	1,79	1,00	2,37	1,54	2,92	2,05	1,59
Beräknad populationsstorlek	214 570 ± 25 980	1 493 660 ± 112 490	837 360 ± 35 270	1 154 440 ± 63 060	103 190 ± 19 630	184 880 ± 34 340	3 988 100 ± 74 600
TOTALA UTGIFTER	241 060 ± 26 230	172 270 ± 10 200	366 070 ± 10 860	288 320 ± 11 740	408 470 ± 30 940	321 900 ± 31 300	263 310 ± 6 240
KÖPTA LIVSMEDEL	29 100 ± 2 410	17 630 ± 1 400	44 980 ± 1 590	33 000 ± 1 250	51 440 ± 5 720	41 560 ± 3 540	30 420 ± 850
Bröd, spannmålsprodukter	5 360 ± 560	3 090 ± 290	7 810 ± 330	5 030 ± 280	8 870 ± 1 080	6 550 ± 810	5 070 ± 170
Kött	5 710 ± 760	3 360 ± 490	9 080 ± 690	6 610 ± 430	9 700 ± 1 180	8 040 ± 1 130	6 010 ± 280
Fisk och skaldjur	1 640 ± 430	1 200 ± 290	2 160 ± 210	2 430 ± 230	2 160 ± 520	2 650 ± 630	1 880 ± 140
Mjök, ost och ägg	5 170 ± 550	2 860 ± 260	7 190 ± 290	5 450 ± 250	8 270 ± 870	6 730 ± 620	4 960 ± 160
Oljor och fetter	700 ± 120	450 ± 60	1 030 ± 80	920 ± 70	1 260 ± 210	1 010 ± 150	770 ± 40
Frukt och bär	2 140 ± 340	1 470 ± 180	3 680 ± 220	3 030 ± 220	4 200 ± 660	4 440 ± 890	2 630 ± 120
Grönsaker	3 130 ± 470	1 830 ± 240	4 720 ± 240	3 960 ± 240	5 650 ± 710	5 010 ± 710	3 370 ± 140
Sötsaker, socker	3 060 ± 450	1 640 ± 170	4 710 ± 250	2 770 ± 190	4 330 ± 670	3 560 ± 570	2 840 ± 110
Såser, dressingar, kryddsåser	570 ± 110	300 ± 60	830 ± 70	490 ± 60	940 ± 180	570 ± 120	510 ± 30
Salt och kryddor	310 ± 80	160 ± 40	440 ± 50	340 ± 50	490 ± 180	540 ± 140	310 ± 20
Bakpulver, övriga hushålls- tillsatser, buljong	190 ± 70	190 ± 40	310 ± 40	360 ± 50	410 ± 140	310 ± 100	280 ± 20
Snacks	470 ± 110	170 ± 40	650 ± 60	260 ± 50	650 ± 150	370 ± 100	330 ± 30
Ospec livsmedel	.	890 ± 540	2 350 ± 870	1 330 ± 510	.	1 760 ± 1 260	1 440 ± 340
ALKOHOLFRIA DRYCKER	2 700 ± 390	1 510 ± 170	3 690 ± 190	2 590 ± 170	4 320 ± 720	3 360 ± 600	2 500 ± 100
Frukt- och grönsaksjuice, nektar	490 ± 120	250 ± 50	770 ± 70	430 ± 50	890 ± 260	700 ± 170	460 ± 30
Läskedrycker	1 180 ± 210	610 ± 100	1 670 ± 120	830 ± 90	1 920 ± 400	1 250 ± 480	990 ± 60
Mineral- o. sodavatten	310 ± 140	110 ± 40	260 ± 40	230 ± 40	270 ± 80	290 ± 100	200 ± 20
Kaffe	510 ± 140	420 ± 80	730 ± 80	900 ± 100	980 ± 290	830 ± 240	660 ± 50
Te	150 ± 80	90 ± 40	180 ± 40	190 ± 40	190 ± 90	250 ± 140	150 ± 20
Kakao	70 ± 40	20 ± 10	80 ± 20	20 ± 10	70 ± 40	50 ± 40	40 ± 10

Forts.

Forts. Tabell 2.1 Utgifter i kronor per hushåll år 2006 – hushållsgrupper 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	7 830	7 240	13 820	11 470	14 460	11 140	10 250
	± 2 250	± 1 590	± 1 640	± 1 470	± 3 590	± 2 620	± 810
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)	1 560	3 050	3 810	4 380	4 090	3 560	3 560
	± 570	± 800	± 610	± 730	± 1 540	± 1 000	± 390
TOBAK	2 800	1 450	1 970	1 880	2 290	3 130	1 860
	± 840	± 380	± 310	± 400	± 800	± 1 090	± 210
FÖRBRUKNINGSVAROR	5 710	3 180	8 780	5 720	8 590	7 220	5 560
	± 1 250	± 460	± 550	± 540	± 1 480	± 1 430	± 290
Personlig hygien	3 470	1 980	5 340	3 230	5 680	3 730	3 300
	± 1 120	± 380	± 410	± 460	± 1 270	± 1 070	± 230
Övriga förbrukningsvaror	2 240	1 200	3 450	2 490	2 900	3 490	2 250
	± 390	± 190	± 320	± 240	± 470	± 690	± 130
HUSHÅLLSTJÄNSTER	8 650	7 080	21 430	12 310	20 370	14 680	12 390
	± 1 550	± 1 700	± 1 490	± 1 350	± 3 720	± 4 110	± 840
Barntillsyn	1 830	.	6 530	.	2 080	.	1 530
	± 630	.	± 540	.	± 900	.	± 120
Fackavgift, övriga försäkringar	3 980	2 350	8 710	5 070	11 330	6 680	4 990
	± 520	± 250	± 350	± 510	± 1 920	± 830	± 210
Övriga tjänster	2 840	4 730	6 190	7 250	6 960	7 780	5 860
	± 1 170	± 1 680	± 1 260	± 1 260	± 2 810	± 3 900	± 790
KLÄDER OCH SKOR	15 730	7 230	21 890	13 060	26 260	16 720	13 380
	± 5 660	± 1 620	± 2 140	± 2 310	± 5 900	± 5 430	± 1 080
Kläder	12 950	5 970	17 960	11 050	22 060	13 200	11 090
	± 5 280	± 1 480	± 1 870	± 2 020	± 5 340	± 4 940	± 970
därav Utekläder	4 280	800	4 700	2 200	5 370	.	2 460
	± 3 970	± 520	± 1 190	± 1 280	± 2 280	.	± 560
Övriga kläder	6 260	3 690	9 770	6 580	12 860	6 750	6 320
	± 2 350	± 1 170	± 1 060	± 1 170	± 3 670	± 2 560	± 620
Underkläder	1 280	950	1 930	1 320	2 300	1 970	1 360
	± 590	± 340	± 290	± 290	± 980	± 840	± 170
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	380	250	770	330	1 140	590	430
	± 210	± 120	± 140	± 120	± 570	± 350	± 70
Skor	2 770	1 250	3 840	2 010	4 190	3 520	2 280
	± 1 470	± 620	± 650	± 620	± 1 660	± 1 590	± 340
BOSTAD	75 210	50 850	79 180	61 760	86 510	72 840	63 210
	± 8 130	± 3 300	± 2 340	± 2 590	± 8 120	± 5 700	± 1 630
Hyra/avgift för hyres-/borätt (inkl garage)	49 430	36 300	22 780	25 000	22 670	24 600	30 000
	± 5 490	± 3 310	± 2 600	± 2 460	± 7 400	± 6 370	± 1 610
Reparationer	.	1 570	6 690	6 900	9 830	7 480	4 850
	.	± 880	± 1 270	± 1 680	± 5 320	± 3 790	± 770
Hem- och villaförsäkring	1 650	1 220	2 610	2 250	2 880	2 580	1 940
	± 290	± 140	± 150	± 130	± 430	± 410	± 80
Tjänster förknippade m. bostaden	2 080	1 650	5 900	4 710	6 340	6 070	3 780
	± 850	± 420	± 450	± 490	± 1 240	± 1 320	± 250
Elektricitet, gas & andra bränslen	8 500	4 840	14 320	10 350	17 630	13 000	9 330
	± 1 720	± 630	± 790	± 750	± 2 520	± 2 100	± 410
Räntor (brutto)	8 440	4 540	24 500	10 390	25 440	15 420	11 680
	± 3 170	± 1 390	± 1 900	± 1 360	± 6 210	± 3 920	± 820

Forts.

Forts. Tabell 2.1 Utgifter i kronor per hushåll år 2006 – hushållsgrupper 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	9 450	7 630	21 870	19 070	23 020	15 520	14 790
	± 2 570	± 1 630	± 2 120	± 2 710	± 4 770	± 4 430	± 1 140
Möbler och inventarier, mattor och andra golvbeläggningar	4 550	4 110	10 190	8 970	9 920	7 320	7 110
	± 1 560	± 1 300	± 1 510	± 1 970	± 3 310	± 3 300	± 840
Textilier	940	810	1 900	2 390	3 260	1 000	1 580
	± 580	± 340	± 440	± 1 240	± 1 600	± 620	± 400
Hushållsutrustning	3 960	2 710	9 790	7 710	9 840	7 200	6 100
	± 1 060	± 560	± 1 170	± 1 150	± 2 600	± 2 130	± 490
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	5 450	4 580	7 960	6 310	7 630	6 400	6 000
	± 3 080	± 1 590	± 1 530	± 1 060	± 2 830	± 2 850	± 780
TRANSPORT	28 410	29 310	69 560	57 730	77 800	64 960	48 850
	± 8 810	± 4 980	± 5 060	± 6 980	± 15 190	± 15 340	± 3 110
Inköp av bil	5 950	10 500	29 050	23 200	30 200	22 520	18 890
	± 4 740	± 4 920	± 4 630	± 4 760	± 12 240	± 10 210	± 2 570
Inköp av övr. persontransp.medel	1 640	.
	± 1 620	.
Drift av bil	12 640	11 640	30 690	27 530	36 200	30 070	21 780
	± 2 780	± 2 120	± 1 830	± 3 400	± 8 300	± 6 740	± 1 400
Ränta (bil, brutto), bilskatt	1 070	920	2 820	2 330	3 100	2 530	1 860
	± 310	± 120	± 290	± 250	± 870	± 410	± 110
Drift av övr. persontransp.medel	1 440	1 020	1 620	1 060	1 730	.	1 270
	± 910	± 740	± 500	± 420	± 1 100	.	± 360
Ränta (ej bil, brutto), skatt (ej bil)	70	.	50	.	.	.	80
	± 60	.	± 20	.	.	.	± 60
Lokalresor, transporttjänster	4 210	4 510	3 430	3 870	5 010	5 370	4 140
	± 1 700	± 980	± 490	± 720	± 1 340	± 3 160	± 460
FRITID OCH KULTUR	46 770	30 210	64 600	57 320	75 800	57 970	48 640
	± 7 690	± 2 850	± 4 530	± 3 840	± 10 450	± 8 190	± 1 900
Fritidsbostad	.	820	1 870	3 700	3 850	2 730	2 040
	.	± 390	± 560	± 810	± 2 290	± 1 510	± 320
Radio och TV	3 250	2 090	4 600	3 250	5 800	3 680	3 180
	± 1 120	± 500	± 610	± 700	± 1 340	± 1 290	± 320
Lek, sport, hobby	5 850	3 290	8 840	4 990	9 180	5 790	5 350
	± 2 450	± 1 390	± 1 570	± 1 340	± 3 390	± 2 370	± 750
Ur, kamera, fototjänster	1 250	940	2 440	1 910	2 470	1 760	1 630
	± 560	± 420	± 680	± 380	± 660	± 690	± 240
Resor, hotell	9 600	6 660	14 550	15 020	17 930	13 920	11 520
	± 3 510	± 1 480	± 1 790	± 2 130	± 5 320	± 3 460	± 930
Övrig fritid	8 620	4 810	11 540	11 890	11 740	9 200	8 860
	± 4 720	± 750	± 2 770	± 2 030	± 3 640	± 2 230	± 920
Underhållning	1 530	570	1 550	1 510	1 820	1 340	1 170
	± 940	± 240	± 300	± 380	± 950	± 930	± 170
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	8 590	6 580	11 210	9 490	12 890	12 000	8 920
	± 1 220	± 740	± 570	± 690	± 1 870	± 1 990	± 390
Mobiltelefon (samtal & abonnem.)	3 000	1 690	3 410	2 010	5 060	3 080	2 370
	± 660	± 290	± 330	± 240	± 950	± 890	± 160
Fast telefon (samtal & abonnem.)	4 280	2 750	4 600	3 550	5 050	4 480	3 590
	± 500	± 210	± 200	± 180	± 450	± 420	± 110

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT)

Tabell 2.2 Utgifter i kronor per konsumtionsenhet 2006 - hushållsgrupper, 95% konf.interv.

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sammanb med barn	Övriga	Samtliga hushåll
Antal medverkande hushåll	118	343	753	538	103	117	1 972
Genomsnittligt antal personer	2,6	1,0	3,8	2,0	4,6	2,9	2,1
Antal konsumtionsenheter	1,79	1,00	2,37	1,54	2,92	2,05	1,59
Beräknad populationsstorlek	214 570	1 493 660	837 360	1 154 440	103 190	184 880	3 988 100
±	25 980	112 490	35 270	63 060	19 630	34 340	74 600
TOTALA UTGIFTERNA	134 670	172 270	154 460	187 221	139 887	157 024	165 604
±	14 654	10 200	4 582	7 623	10 596	15 268	3 925
KÖPTA LIVSMEDEL	16 257	17 630	18 979	21 429	17 616	20 273	19 132
±	1 346	1 400	671	812	1 959	1 727	535
Bröd, spannmålsprodukter	2 994	3 090	3 295	3 266	3 038	3 195	3 189
±	313	290	139	182	370	395	107
Kött	3 190	3 360	3 831	4 292	3 322	3 922	3 780
±	425	490	291	279	404	551	176
Fisk och skaldjur	916	1 200	911	1 578	740	1 293	1 182
±	240	290	89	149	178	307	88
Mjök, ost och ägg	2 888	2 860	3 034	3 539	2 832	3 283	3 119
±	307	260	122	162	298	302	101
Oljor och fetter	391	450	435	597	432	493	484
±	67	60	34	45	72	73	25
Frukt och bär	1 196	1 470	1 553	1 968	1 438	2 166	1 654
±	190	180	93	143	226	434	75
Grönsaker	1 749	1 830	1 992	2 571	1 935	2 444	2 119
±	263	240	101	156	243	346	88
Sötsaker, socker	1 709	1 640	1 987	1 799	1 483	1 737	1 786
±	251	170	105	123	229	278	69
Såser, dressingar, kryddsåser	318	300	350	318	322	278	321
±	61	60	30	39	62	59	19
Salt och kryddor	173	160	186	221	168	263	195
±	45	40	21	32	62	68	13
Bakpulver, buljong, övr	106	190	131	234	140	151	176
±	39	40	17	32	48	49	13
Snacks	263	170	274	169	223	180	208
±	61	40	25	32	51	49	19
Ospeclivsmedel		890	992	864		859	906
±		540	367	331		615	214
ALKOHOLFRIA DRYCKER	1 508	1 510	1 557	1 682	1 479	1 639	1 572
±	218	170	80	110	247	293	63
UTEMÅLTIDER	4 374	7 240	5 831	7 448	4 952	5 434	6 447
±	1 257	1 590	692	955	1 229	1 278	509
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER	1 560	3 050	1 905	2 844	2 045	1 737	2 239
±	570	800	305	474	770	488	245
TOBAK	2 800	1 450	985	1 221	1 145	1 527	1 170
±	840	380	155	260	400	532	132
FÖRBRUKNINGSVAROR	3 190	3 180	3 705	3 714	2 942	3 522	3 497
±	698	460	232	351	507	698	182

Forts.

Forts. Tabell 2.2 Utgifter i kronor per konsumtionsenhet 2006 - hushållsgrupper, 95% konf.interv.

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sammanb med barn	Övriga	Samtliga hushåll
HUSHÅLLSTJÄNSTER	4 832	7 080	9 042	7 994	6 976	7 161	7 792
±	866	1 700	629	877	1 274	2 005	528
Barntillsyn	1 022		2 755		712		962
±	352		228		308		75
Fackavgift, övriga försäkringar	2 223	2 350	3 675	3 292	3 880	3 259	3 138
±	291	250	148	331	658	405	132
Övriga tjänster	1 587	4 730	2 612	4 708	2 384	3 795	3 686
±	654	1 680	532	818	962	1 902	497
KLÄDER OCH SKOR	8 788	7 230	9 236	8 481	8 993	8 156	8 415
±	3 162	1 620	903	1 500	2 021	2 649	679
Kläder	7 235	5 970	7 578	7 175	7 555	6 439	6 975
±	2 950	1 480	789	1 312	1 829	2 410	610
Skor	1 547	1 250	1 620	1 305	1 435	1 717	1 434
±	821	620	274	403	568	776	214
BOSTAD	42 017	50 850	33 409	40 104	29 627	35 532	39 755
±	4 542	3 300	987	1 682	2 781	2 780	1 025
Hyra/avgift för hyres-/borätt	27 615	36 300	9 612	16 234	7 764	12 000	18 868
±	3 067	3 310	1 097	1 597	2 534	3 107	1 013
Reparationer		1 570	2 823	4 481	3 366	3 649	3 050
±		880	536	1 091	1 822	1 849	484
Hem- och villaförsäkring	922	1 220	1 101	1 461	986	1 259	1 220
±	162	140	63	84	147	200	50
Tjänster förknippade m bostaden	1 162	1 650	2 489	3 058	2 171	2 961	2 377
±	475	420	190	318	425	644	157
Elektricitet, gas & andra bränslen	4 749	4 840	6 042	6 721	6 038	6 341	5 868
±	961	630	333	487	863	1 024	258
Räntor (brutto)	4 715	4 540	10 338	6 747	8 712	7 522	7 346
±	1 771	1 390	802	883	2 127	1 912	516
MÖBLER INVENT. TEXTIL H.UTR.	5 279	7 630	9 228	12 383	7 884	7 571	9 302
±	1 436	1 630	895	1 760	1 634	2 161	717
Möbler, invent, mattor, golv	2 542	4 110	4 300	5 825	3 397	3 571	4 472
±	872	1 300	637	1 279	1 134	1 610	528
Textilier	525	810	802	1 552	1 116	488	994
±	324	340	186	805	548	302	252
Hushållsutrustning	2 212	2 710	4 131	5 006	3 370	3 512	3 836
±	592	560	494	747	890	1 039	308
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	3 045	4 580	3 359	4 097	2 613	3 122	3 774
±	1 721	1 590	646	688	969	1 390	491
TRANSPORT	15 872	29 310	29 350	37 487	26 644	31 688	30 723
±	4 922	4 980	2 135	4 532	5 202	7 483	1 956
Inköp av bil	3 324	10 500	12 257	15 065	10 342	10 985	11 881
±	2 648	4 920	1 954	3 091	4 192	4 980	1 616
Drift av bil	7 061	11 640	12 949	17 877	12 397	14 668	13 698
±	1 553	2 120	772	2 208	2 842	3 288	881
Ränta (bil - brutto), bilskatt	598	920	1 190	1 513	1 062	1 234	1 170
±	173	120	122	162	298	200	69
Drift av övr persontransportmedel	804	1 020	684	688	592		799
±	508	740	211	273	377		226
Lokalresor, transporttjänster	2 352	4 510	1 447	2 513	1 716	2 620	2 604
±	950	980	207	468	459	1 541	289

Forts.

Forts. Tabell 2.2 Utgifter i kronor per konsumtionsenhet 2006 - hushållsgrupper, 95% konf.interv.

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sammanb med barn	Övriga	Samtliga hushåll
FRITID OCH KULTUR	26 128	30 210	27 257	37 221	25 959	28 278	30 591
±	4 296	2 850	1 911	2 494	3 579	3 995	1 195
Fritidsbostad		820	789	2 403	1 318	1 332	1 283
±		390	236	526	784	737	201
Radio och TV	1 816	2 090	1 941	2 110	1 986	1 795	2 000
±	626	500	257	455	459	629	201
Lek, sport, hobby	3 268	3 290	3 730	3 240	3 144	2 824	3 365
±	1 369	1 390	662	870	1 161	1 156	472
Ur, kamera, fototjänster	698	940	1 030	1 240	846	859	1 025
±	313	420	287	247	226	337	151
Resor, hotell	5 363	6 660	6 139	9 753	6 140	6 790	7 245
±	1 961	1 480	755	1 383	1 822	1 688	585
Övrig fritid	4 816	4 810	4 869	7 721	4 021	4 488	5 572
±	2 637	750	1 169	1 318	1 247	1 088	579
Underhållning	855	570	654	981	623	654	736
±	525	240	127	247	325	454	107
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	4 799	6 580	4 730	6 162	4 414	5 854	5 610
±	682	740	241	448	640	971	245
Mobiltelefon (samtal & abonnem.)	1 676	1 690	1 439	1 305	1 733	1 502	1 491
±	369	290	139	156	325	434	101
Fast telefon (samtal & abonnem.)	2 391	2 750	1 941	2 305	1 729	2 185	2 258
±	279	210	84	117	154	205	69

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

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT)

Tabell 2.3 Andel av totala utgifter per hushåll år 2006 - hushållsgrupper, 95% konf.interv.

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sammanb med barn	Övriga	Samtliga hushåll
Antal medverkande hushåll	118	343	753	538	103	117	1 972
Genomsnittligt antal personer	2,6	1,0	3,8	2,0	4,6	2,9	2,1
Antal konsumtionsenheter	1,79	1,00	2,37	1,54	2,92	2,05	1,59
Beräknad populationsstorlek	214 570 ± 25 980	1 493 660 ± 112 490	837 360 ± 35 270	1 154 440 ± 63 060	103 190 ± 19 630	184 880 ± 34 340	3 988 100 ± 74 600
TOTALA UTGIFTERNA	100 ± 0	100 ± 0	100 ± 0	100 ± 0	100 ± 0	100 ± 0	100 ± 0
KÖPTA LIVSMEDEL	14,9 ± 3,1	11,6 ± 0,8	13,1 ± 0,5	13,1 ± 0,6	13,2 ± 1,2	14,4 ± 1,7	12,7 ± 0,4
ALKOHOLFRIA DRYCKER	1,3 ± 0,3	1,0 ± 0,1	1,1 ± 0,1	1,0 ± 0,1	1,2 ± 0,2	1,2 ± 0,3	1,1 ± 0,1
UTEMÅLTIDER	3,0 ± 0,7	3,9 ± 0,6	3,6 ± 0,3	3,5 ± 0,4	3,7 ± 1,0	2,9 ± 0,6	3,6 ± 0,3
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)	0,6 ± 0,2	1,6 ± 0,4	1,0 ± 0,1	1,5 ± 0,2	0,9 ± 0,3	1,2 ± 0,4	1,3 ± 0,2
TOBAK	1,3 ± 0,4	0,9 ± 0,2	0,6 ± 0,1	0,7 ± 0,2	0,7 ± 0,2	1,2 ± 0,5	0,8 ± 0,1
FÖRBRUKNINGSVAROR	2,8 ± 0,6	1,9 ± 0,2	2,5 ± 0,2	2,0 ± 0,2	2,2 ± 0,3	2,3 ± 0,4	2,1 ± 0,1
Personlig hygien	1,6 ± 0,5	1,1 ± 0,2	1,5 ± 0,1	1,1 ± 0,2	1,4 ± 0,3	1,1 ± 0,3	1,2 ± 0,1
Övriga förbrukningsvaror	1,2 ± 0,4	0,7 ± 0,1	1,0 ± 0,1	0,9 ± 0,1	0,7 ± 0,1	1,2 ± 0,3	0,9 ± 0,1
HUSHÅLLSTJÄNSTER	4,0 ± 0,8	3,7 ± 0,7	6,1 ± 0,3	4,0 ± 0,4	4,9 ± 0,8	4,5 ± 1,0	4,4 ± 0,3
Barntillsyn	0,8 ± 0,2	.	2,0 ± 0,2	.	0,6 ± 0,3	.	0,5 ± 0,0
Fackavgift, övriga försäkringar	2,2 ± 0,7	1,5 ± 0,2	2,6 ± 0,1	1,8 ± 0,2	2,8 ± 0,4	2,4 ± 0,3	1,9 ± 0,1
Övriga tjänster	1,1 ± 0,4	2,2 ± 0,6	1,5 ± 0,3	2,2 ± 0,3	1,5 ± 0,6	2,0 ± 1,0	2,0 ± 0,3
KLÄDER OCH SKOR	5,9 ± 1,5	3,7 ± 0,7	5,6 ± 0,5	3,9 ± 0,6	6,2 ± 1,2	4,5 ± 1,5	4,4 ± 0,4
Kläder	4,9 ± 1,4	3,1 ± 0,7	4,6 ± 0,4	3,2 ± 0,5	5,1 ± 1,1	3,5 ± 1,4	3,6 ± 0,3
därav Utekläder	1,3 ± 0,9	0,4 ± 0,3	1,1 ± 0,3	0,6 ± 0,3	1,1 ± 0,4	.	0,7 ± 0,2
Övriga kläder	2,7 ± 1,0	1,8 ± 0,5	2,5 ± 0,3	1,9 ± 0,4	3,0 ± 0,8	1,8 ± 0,7	2,1 ± 0,2
Underkläder	0,4 ± 0,2	0,5 ± 0,2	0,5 ± 0,1	0,4 ± 0,1	0,5 ± 0,2	0,5 ± 0,2	0,5 ± 0,1
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	0,2 ± 0,1	0,2 ± 0,1	0,2 ± 0,0	0,1 ± 0,0	0,3 ± 0,2	.	0,2 ± 0,0
Skor	1,1 ± 0,5	0,7 ± 0,4	1,0 ± 0,2	0,6 ± 0,2	1,1 ± 0,5	1,0 ± 0,6	0,8 ± 0,2
MÖBLER, INVENTARIER, TEXTI- LIER , HUSHÅLLSUTRUSTNING	3,6 ± 0,7	4,1 ± 0,7	5,8 ± 0,5	5,7 ± 0,6	5,6 ± 1,1	4,1 ± 0,9	4,9 ± 0,3
Möbler, invent, mattor, golv	1,6 ± 0,5	2,0 ± 0,5	2,7 ± 0,4	2,5 ± 0,4	2,3 ± 0,7	1,9 ± 0,6	2,3 ± 0,2
Textilier	0,3 ± 0,2	0,4 ± 0,2	0,5 ± 0,1	0,7 ± 0,2	0,7 ± 0,3	0,3 ± 0,2	0,5 ± 0,1
Hushållsutrustning	1,7 ± 0,4	1,7 ± 0,4	2,6 ± 0,3	2,5 ± 0,3	2,6 ± 0,7	2,0 ± 0,5	2,1 ± 0,2

Forts.

Forts. Tabell 2.3 Andel av totala utgifter per hushåll år 2006 - hushållsgrupper, 95% konf.interv.

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sammanb med barn	Övriga	Samtliga hushåll
BOSTAD	36,8	33,7	23,3	24,1	22,8	26,8	28,3
	± 5,8	± 1,5	± 0,7	± 1,1	± 2,2	± 2,5	± 0,8
Hyra/avgift för hyres-/borätt (inkl garage)	27,6	25,5	7,9	10,1	6,8	10,7	16,3
	± 6,2	± 1,9	± 1,0	± 1,1	± 2,4	± 3,0	± 0,9
Reparationer	.	0,7	1,7	2,2	2,2	2,4	1,4
	.	± 0,3	± 0,3	± 0,5	± 1,3	± 1,2	± 0,2
Hem- och villaförsäkring	0,7	0,8	0,8	1,0	0,7	0,9	0,8
	± 0,1	± 0,1	± 0,1	± 0,1	± 0,1	± 0,2	± 0,0
Tjänster förknippade m bostaden	0,8	1,0	1,7	2,0	1,6	2,2	1,5
	± 0,3	± 0,3	± 0,2	± 0,3	± 0,4	± 0,6	± 0,1
Elektricitet, gas & andra bränslen	3,8	3,2	4,2	4,3	4,7	4,4	3,8
	± 0,7	± 0,4	± 0,2	± 0,4	± 0,8	± 0,8	± 0,2
Räntor (brutto)	3,1	2,1	6,5	3,7	6,2	4,9	3,8
	± 1,1	± 0,5	± 0,5	± 0,5	± 1,4	± 1,3	± 0,3
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	2,0	2,4	2,1	2,1	1,8	1,7	2,2
	± 1,0	± 0,7	± 0,4	± 0,3	± 0,6	± 0,8	± 0,3
TRANSPORT	6,6	14,0	17,8	18,7	17,8	17,4	16,0
	± 6,5	± 1,6	± 1,0	± 1,8	± 2,7	± 3,0	± 0,9
Inköp av bil	1,7	3,5	6,4	5,6	6,3	4,3	4,7
	± 1,0	± 1,3	± 1,1	± 1,1	± 2,4	± 1,9	± 0,6
Drift av bil	4,9	6,4	8,7	9,4	8,7	9,9	7,9
	± 1,0	± 0,9	± 0,5	± 0,7	± 1,3	± 1,8	± 0,4
Ränta (bil - brutto), bilskatt	0,5	0,6	0,8	0,9	0,8	0,9	0,7
	± 0,1	± 0,1	± 0,1	± 0,1	± 0,2	± 0,1	± 0,0
Drift av övr persontransp.medel	.	0,4	0,4	0,3	0,4	.	0,4
	.	± 0,3	± 0,2	± 0,1	± 0,3	.	± 0,1
Lokalresor, transporttjänster	1,5	2,7	0,9	1,3	1,2	1,4	1,8
	± 0,5	± 0,6	± 0,1	± 0,3	± 0,3	± 0,7	± 0,2
FRITID OCH KULTUR	19,3	17,0	16,9	19,1	17,9	17,3	17,8
	± 2,2	± 1,1	± 0,7	± 0,9	± 1,8	± 1,6	± 0,5
Fritidsbostad	0,2	0,5	0,6	1,2	0,9	0,8	0,7
	± 0,1	± 0,2	± 0,2	± 0,2	± 0,6	± 0,4	± 0,1
Radio och TV	1,2	1,2	1,2	1,1	1,5	0,9	1,2
	± 0,3	± 0,3	± 0,2	± 0,3	± 0,4	± 0,3	± 0,2
Lek, sport, hobby	2,1	1,6	2,2	1,4	1,9	1,5	1,7
	± 0,8	± 0,5	± 0,3	± 0,3	± 0,6	± 0,7	± 0,2
Ur, kamera, fototjänster	0,6	0,5	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6
	± 0,3	± 0,2	± 0,2	± 0,1	± 0,2	± 0,2	± 0,1
Resor, hotell	3,3	3,3	3,6	4,7	3,9	3,9	3,8
	± 1,1	± 0,6	± 0,4	± 0,6	± 1,2	± 1,0	± 0,3
Övrig fritid	3,3	2,8	2,6	3,9	2,6	2,5	3,1
	± 1,3	± 0,4	± 0,4	± 0,5	± 0,7	± 0,5	± 0,2
Underhållning	0,6	0,3	0,4	0,5	0,5	0,4	0,4
	± 0,4	± 0,1	± 0,1	± 0,1	± 0,2	± 0,3	± 0,1
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	4,2	4,0	3,2	3,6	3,3	4,0	3,7
	± 0,8	± 0,4	± 0,1	± 0,2	± 0,4	± 0,5	± 0,2
Mobiltelefon (samtal & abonnem.)	1,5	1,0	1,0	0,7	1,4	1,1	1,0
	± 0,4	± 0,2	± 0,1	± 0,1	± 0,3	± 0,3	± 0,1
Fast telefon (samtal & abonnem.)	2,4	1,9	1,4	1,5	1,4	1,7	1,7
	± 0,7	± 0,2	± 0,1	± 0,1	± 0,2	± 0,2	± 0,1

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT)

Tabell 2.4 Utgifter i kronor per person 2003, kvinnor och män 0-79 år

	kvinnor	män	skillnad	
			kronor	andel
Antal medverkande personer	3 217	3 297		
Beräknad populationsstorlek	4 158 380	4 188 840		
			mäns konsumtion jämfört med kvinnors	
TOTALA UTGIFTERNA	17 690	14 410	-3280	-19%
UTEMÅLTIDER	1 300	1 960	660	51%
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER	200	460	260	130%
TOBAK	510	550	40	8%
FÖRBRUKNINGSVAROR	910	220	-690	-76%
därav Personlig hygien	860	180	-680	-79%
HUSHÅLLSTJÄNSTER	1 540	640	-900	-58%
därav Övriga tjänster	1 520	640	-880	-58%
KLÄDER OCH SKOR	5 830	4 060	-1770	-30%
Kläder	4 890	3 250	-1640	-34%
därav Utekläder	710	610	-100	-14%
Övriga kläder	3 000	2 180	-820	-27%
Underkläder	610	180	-430	-70%
Accessoarer, hattar,	170	180	10	6%
Skor	930	810	-120	-13%
TRANSPORT	860	1 190	330	38%
därav Drift av bil	260	680	420	162%
Lokalresor, transporttjänster	490	400	-90	-18%
FRITID OCH KULTUR	2 640	3 060	420	16%
därav Lek, sport, hobby	860	1 410	550	64%
Underhållning	230	300	70	30%
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	620	550	-70	-11%

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 2006, 95% konfidensintervall

	0-12	13-19	20-29	30-49	50-64	65-	Alla
Antal medverkande personer	552	417	261	905	478	230	2843
Beräknad populationsstorlek	586930 ± 48 170	433250 ± 42 710	623140 ± 63 170	1229870 ± 65 960	919150 ± 74 900	571060 ± 56 030	4363400 ± 103 520
UTEMÅLTIDER	120 ± 50	750 ± 210	2870 ± 720	3640 ± 1 670	1510 ± 330	550 ± 260	1920 ± 490
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)	.	.	130 ± 80	400 ± 390	120 ± 80	.	160 ± 110
TOBAK	.	80 ± 70	280 ± 200	620 ± 200	730 ± 280	180 ± 170	400 ± 90
FÖRBRUKNINGSVAROR	350 ± 110	700 ± 170	1670 ± 650	1370 ± 230	950 ± 260	480 ± 190	1000 ± 130
därav Personlig hygien	340 ± 110	670 ± 170	1650 ± 640	1320 ± 220	930 ± 260	470 ± 190	980 ± 130
HUSHÅLLSTJÄNSTER	310 ± 150	1010 ± 480	1320 ± 690	2410 ± 800	1880 ± 520	1590 ± 430	1620 ± 280
därav Övriga tjänster	310 ± 150	1000 ± 480	1320 ± 690	2350 ± 790	1850 ± 490	1570 ± 430	1590 ± 280
KLÄDER OCH SKOR	4110 ± 830	9090 ± 2 850	5810 ± 1 520	6680 ± 1 100	4950 ± 980	3560 ± 1 730	5680 ± 580
Kläder	3380 ± 750	7440 ± 2 660	4680 ± 1 320	5580 ± 960	3940 ± 850	2730 ± 1 180	4620 ± 500
därav Utekläder	240 ± 130	1720 ± 1 700	.	640 ± 410	360 ± 280	.	490 ± 220
Övriga kläder	1920 ± 470	3530 ± 980	3250 ± 1 070	3370 ± 700	2370 ± 650	1630 ± 830	2740 ± 330
Underkläder	370 ± 130	660 ± 250	820 ± 340	740 ± 190	550 ± 190	260 ± 140	590 ± 90
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	180 ± 70	180 ± 90	130 ± 80	130 ± 60	70 ± 40	.	120 ± 30
Skor	730 ± 220	1510 ± 690	1140 ± 650	1110 ± 350	1010 ± 410	830 ± 730	1040 ± 200
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	300 ± 170	660 ± 320	2220 ± 1 340	3870 ± 1 420	2790 ± 950	3010 ± 1 790	2500 ± 540
TRANSPORT	50 ± 30	920 ± 590	1460 ± 800	1000 ± 360	2610 ± 1 580	1620 ± 1 400	1350 ± 420
därav Drift av bil	.	.	.	330 ± 220	1330 ± 1 160	.	520 ± 310
Lokalresor, transporttjänster	40 ± 30	410 ± 170	1330 ± 790	650 ± 280	1220 ± 680	920 ± 650	800 ± 220
FRITID OCH KULTUR	2000 ± 580	3220 ± 930	3490 ± 1 250	3740 ± 880	2430 ± 590	2280 ± 890	2950 ± 380
därav Lek, sport, hobby	1250 ± 490	1330 ± 550	1150 ± 670	1290 ± 490	710 ± 370	.	1060 ± 230
Underhållning	60 ± 40	220 ± 120	150 ± 90	290 ± 120	180 ± 90	90 ± 50	180 ± 50
Böcker, tidningar, TV-licens	430 ± 150	560 ± 240	1360 ± 800	1000 ± 490	570 ± 180	430 ± 220	770 ± 190

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 2006, 95% konfidensintervall

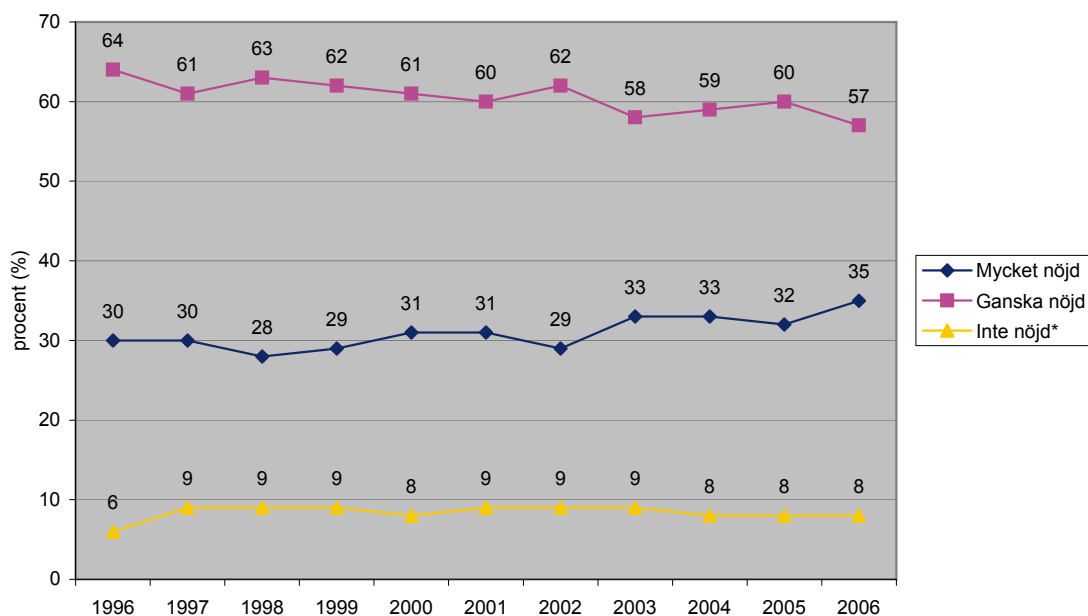
	0-12	13-19	20-29	30-49	50-64	65-	Alla
Antal medverkande personer	585	403	249	795	520	228	2780
Beräknad populationsstorlek	619880	429320	565140	1153750	894710	511190	4173990
	± 48 010	± 43 380	± 60 850	± 69 570	± 70 400	± 51 360	± 105 360
UTEMÅLTIDER	100	1020	3350	3300	2920	640	2190
	± 30	± 240	± 870	± 520	± 1 040	± 270	± 290
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)	.	.	500	520	350	.	340
	.	.	± 290	± 170	± 120	.	± 90
TOBAK	.	160	450	790	1010	260	540
	.	± 120	± 200	± 190	± 280	± 180	± 90
FÖRBRUKNINGSVAROR	380	230	240	220	290	250	270
	± 160	± 100	± 130	± 80	± 140	± 150	± 50
därav Personlig hygien	380	210	230	180	270	210	240
	± 160	± 100	± 130	± 60	± 140	± 140	± 50
HUSHÅLLSTJÄNSTER	220	290	.	1110	780	500	710
	± 130	± 130	.	± 590	± 290	± 270	± 230
därav Övriga tjänster	220	290	.	1110	780	480	700
	± 130	± 130	.	± 590	± 290	± 260	± 230
KLÄDER OCH SKOR	3230	3960	3280	2730	2140	1380	2710
	± 670	± 1 050	± 1 620	± 660	± 830	± 890	± 380
Kläder	2500	3180	3190	2340	1840	1230	2320
	± 570	± 870	± 1 610	± 630	± 750	± 880	± 360
därav Utekläder	180	590	.	560	240	.	320
	± 120	± 340	.	± 370	± 190	.	± 120
Övriga kläder	1510	1930	2390	1340	1330	930	1520
	± 460	± 640	± 1 400	± 420	± 660	± 870	± 300
Underkläder	210	280	240	130	90	140	170
	± 70	± 160	± 160	± 50	± 70	± 90	± 40
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	240	90	290	80	80	.	130
	± 80	± 50	± 240	± 50	± 50	.	± 40
Skor	740	780	.	380	300	140	390
	± 250	± 380	.	± 170	± 230	± 110	± 90
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	520	600	510	1060	2290	3080	1370
	± 330	± 340	± 390	± 360	± 970	± 1 060	± 280
TRANSPORT	40	1140	2270	1890	1170	2940	1560
	± 30	± 600	± 1 580	± 980	± 560	± 1 110	± 390
därav Drift av bil	.	260	410	1060	600	2740	840
	.	± 240	± 320	± 920	± 460	± 1 110	± 310
Lokalresor, transporttjänster	.	320	810	550	370	170	400
	.	± 170	± 480	± 290	± 230	± 70	± 110
FRITID OCH KULTUR	2790	3230	2330	3030	3560	1690	2870
	± 720	± 780	± 1 210	± 910	± 1 340	± 760	± 450
därav Lek, sport, hobby	2010	1410	1260	1690	1260	550	1420
	± 670	± 500	± 960	± 780	± 1 010	± 380	± 350
Underhållning	120	220	150	260	140	90	170
	± 60	± 110	± 90	± 190	± 100	± 80	± 60
Böcker, tidningar, TV-licens	330	490	670	530	580	150	480
	± 90	± 190	± 510	± 190	± 250	± 100	± 110

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 1996-2006. 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 1996-2006. Andel mycket, ganska och inte nöjda

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Mycket nöjd	30	30	28	29	31	31	29	33	33	32	35
Ganska nöjd	64	61	63	62	61	60	62	58	59	60	57
Inte nöjd*	6	9	9	9	8	9	9	9	8	8	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 2003-2006, 95% konf.intervall

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

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

Anmärkning: Konsumtionsenheter ändrades efter 2004. 1,57 motsvarar 1,62 i den äldre beräkningsmetoden.

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 1996–2006 (procent)

Har tillgång i hemmet till	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Prenumeration på dagstidning	74	75	74	71	72	73	72	73	72	74	72
Radio											
TV-apparat enbart en				98	97	99	98	98	98	97	98
två				37	33	34	37	33	32	30	30
tre eller fler TV				39	40	39	36	36	38	36	36
Multikanal-TV ¹				20	24	24	24	29	27	32	32
Digital-TV ²	58	56	60	58	59	59	60	60	65	74	84
Video	81	80	83	85	85	86	83	87	86	84	81
Dvd-spelare					7	12	22	37	53	67	78
PVR/Hårddisk-mottagare											2
Persondator	38	42	50	63	64	69	73	79	82	83	85
Portabel dator			9	9	9	13	20	21	24	30	38
Tillgång till internet	8	17	31	47	52	60	66	71	71	74	80
Bredbandsanslutning					4	4	5	6	7	51	63
Handdator						4	4	5	6	7	6
Mediacenter/pc med TV-mottagare											6
Konsol för TV-spel											35
Bärbart spel											14
MP3-spelare									21	32	47
Mobiltelefon	50	54	64	73	80	85	87	90	92	93	95

¹Med multikanal-TV avses TV med fler kanaler än de tre markkanalerna SVT1, SVT2 och TV4.

² Från 2004 bygger uppgiften på en sammanställning av vilka leverantörer som svarspersonerna angivit för digital-TV samt en fråga om satellit-TV via kabel eller hushållsparabol.

Tidigare fick svarspersonerna själva ange om deras digital-TV-utrustning var för kabel, parabol eller marksänd TV med egen antenn.

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2006.

Tabell 5.2 Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 1996-2006 (procent)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Radio	81	82	80	80	80	79	79	79	73	74	74
Kassetband	21	19	18	14	12	9	9	5	5	4	4
CD-/lp-skiva	30	33	35	37	37	39	39	38	35	35	31
Mp3										10	14
Television	84	84	86	88	88	87	85	87	85	86	86
Text-TV	25	25	28	29	31	28	28	30	26	29	27
Video/dvd	18	15	16	17	15	15	14	14	14	15	14
Internet			21	31	32	35	32	33	35	42	62
Dagspress	81	81	84	82	85	81	82	81	81	81	81
Morgontidning	71	72	75	72	74	73	74	73	71	73	72
Kvällstidning	28	28	27	28	28	29	28	30	31	31	33
facktidskrift	49	47	50	49	54	47	42	43	39	41	39
Vecko-/månadstidning ⁴	29	29	31	31	33	33	29	31	28	30	30
Special-/facktidskrift ⁴	28	26	27	28	32	21	19	19	16	17	15
Bok	40	38	39	37	39	38	39	35	37	38	38
och ungdomslitteratur		24	25	24	26	29	30	27	29	29	29
och läroböcker		16	15	14	14	11	9	7	8	10	9
Bio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

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 övriga år.

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

³ För att bättre kunna uppskatta andelen som tar del av internet har en delfråga som rör internetanvändning i hemmet formulerats om så att den ställs till samtliga intervjupersoner.

Före 2006 ställdes frågan om internetanvändning i hemmet endast till de personer som använt dator i hemmet. Detta kan ha påverkat svaren på frågan om internetanvändning.

⁴ Fram till och med 1993 gällde frågan veckotidningar, från och med 1994 har med tanke på tidskriftsmarknadens förändring även månadstidningar explicit angivits i frågan.

⁵ 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 2006.

Tabell 5.3 Användningstid för massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 1996-2006 (minuter)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Radio ^{1,2}	131	132	133	133	129	127	124	117	124	105	109
Kassetband	10	9	8	7	5	4	4	2	2	2	1
CD-/grammofonskiva	21	22	25	23	24	26	25	25	22	20	17
Mp3										7	10
Television ¹	97	94	98	98	105	102	102	106	102	96	101
Text-TV	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3
Video/dvd ¹	12	10	11	11	10	10	11	11	11	12	11
Internet			10	19	21	23	19	23	25	32	53
Morgontidning	21	21	22	21	23	21	21	22	21	21	22
Kvällstidning	7	8	7	7	8	8	7	8	8	8	7
Vecko-/månadstidning	10	9	11	10	11	12	10	10	10	10	10
Special-/facktdskrift	8	8	8	8	9	5	4	5	4	4	4
Bok	22	23	23	20	23	23	21	19	20	21	20
Användningstid totalt ¹	342	339	359	360	372	364	351	351	351	341	368

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.

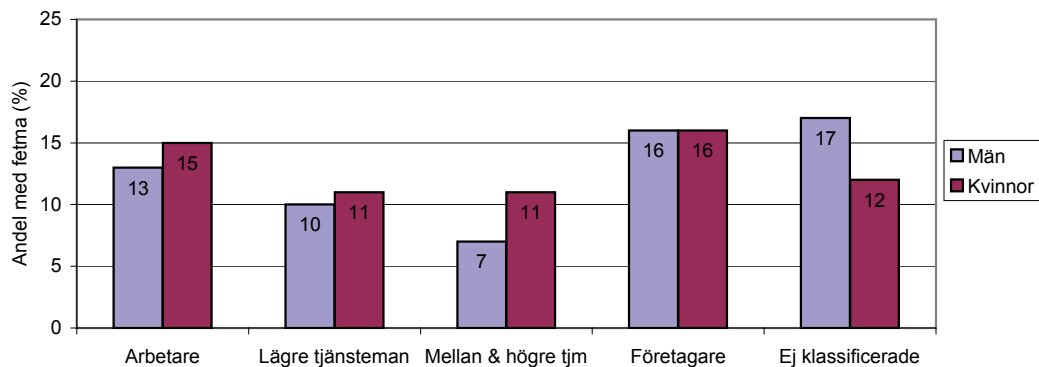
³ För att bättre kunna uppskatta andelen som tar del av internet har en delfråga som rör internetanvändning i hemmet formulerats om så att den ställs till samtliga intervjupersoner.

Före 2006 ställdes frågan om internetanvändning i hemmet endast till de personer som använt dator i hemmet. Detta kan ha påverkat svaren på frågan om internetanvändning.
Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2006.

BILAGA 6 MATKONSUMTION OCH HÄLSA

Figur 6.1 Andel med fetma (BMI \geq 30) efter socioekonomi, 16-84 år, 2006.

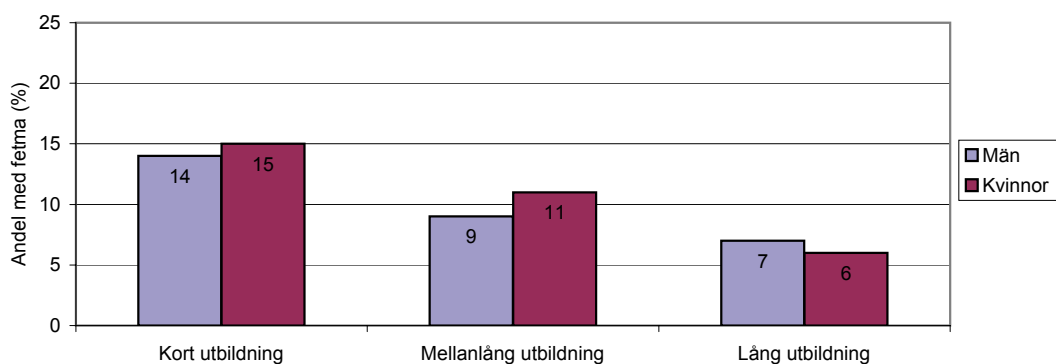
Åldersstandardiserat*



Källa: Nationella folkhälsoenkäten Hälsa på lika villkor, Statens folkhälsoinstitut

Figur 6.2 Andel med fetma (BMI \geq 30) efter utbildning, 16-74 år, 2006.

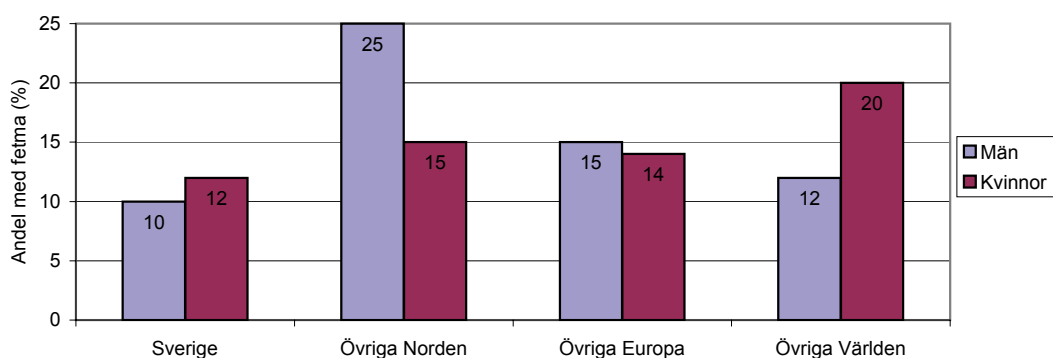
Åldersstandardiserat*



Källa: Nationella folkhälsoenkäten Hälsa på lika villkor, Statens folkhälsoinstitut

Figur 6.3 Andel med fetma (BMI \geq 30) efter födelse land, 16-84 år, 2006.

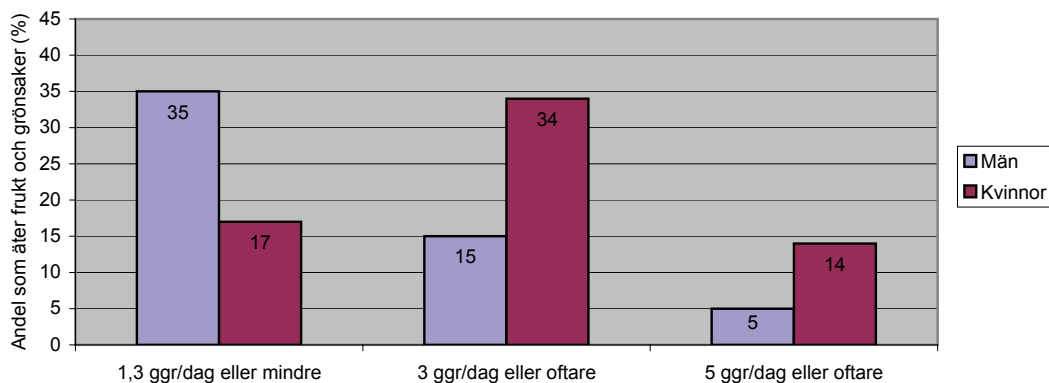
Åldersstandardiserat*



Källa: Nationella folkhälsoenkäten Hälsa på lika villkor, Statens folkhälsoinstitut

* Medelvärdena är justerade för åldersskillnader mellan grupperna

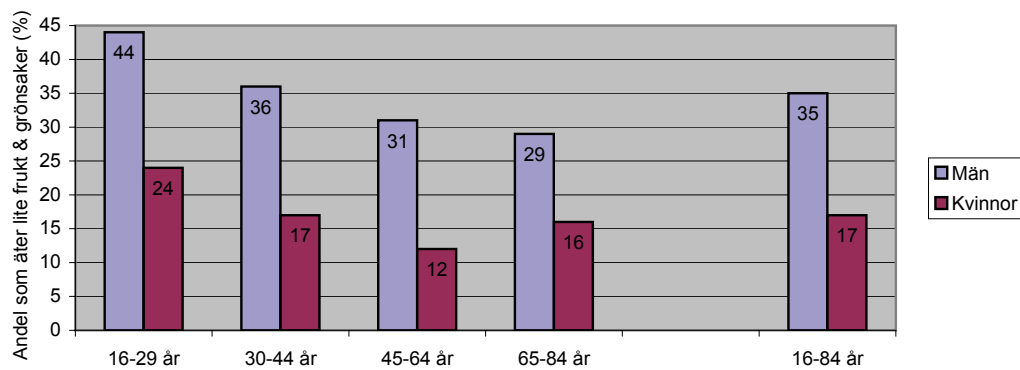
Figur 6.4 Andel som äter frukt och grönsaker per dag, 16-84 år, 2006.



Källa: Nationella folkhälsoenkäten Hälsa på lika villkor, Statens folkhälsoinstitut

Figur 6.5 Andel som äter lite frukt och grönsaker i olika åldergrupper, 16-84 år, 2006.

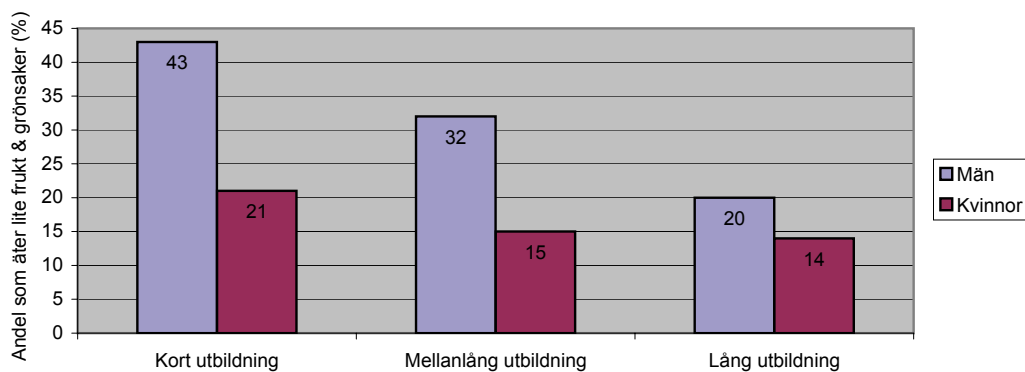
Äter frukt och grönsaker 1,3 gånger per dag eller mer sällan.



Källa: Nationella folkhälsoenkäten Hälsa på lika villkor, Statens folkhälsoinstitut

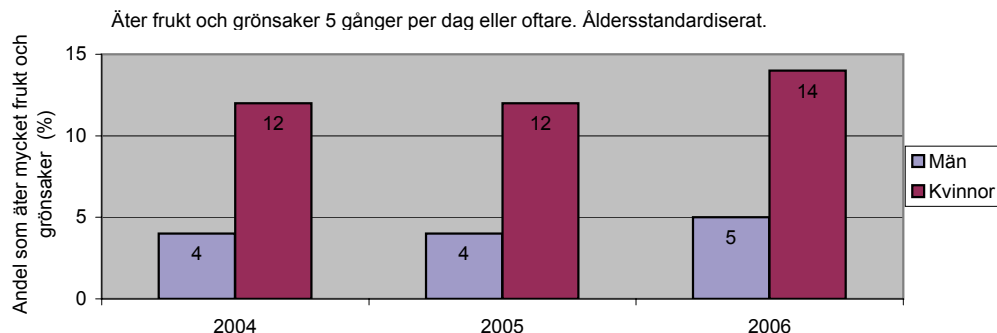
Figur 6.6 Andel som äter lite frukt och grönsaker efter utbildning, 16-74 år, 2006.

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, 2004-2006.



Källa: Nationella folkhälsoenkäten Hälsa på lika villkor, Statens folkhälsoinstitut

Tabell 6.1 Olika livsmedels andel av de totala livsmedelsutgifterna 2003 – 2006

	2003	2004	2005	2006
Antal medverkande hushåll	2 273	2317	2 079	1 972
Genomsnittligt antal personer	2,1	2,1	2,1	2,1
Genomsnittligt antal konsumtionsenheter	1,62	1,62	1,57	1,59
Beräknad populationsstorlek	3 914 130	3 929 450	3 883 910	3 988 100
KÖPTA LIVSMEDEL	91,4%	92,1%	92,3%	89,5%
Bröd, spannmålsprodukter	16,3%	16,5%	15,9%	15,4%
Ris och produkter av ris	0,9%	0,7%	0,7%	0,7%
därav Ris	0,5%	0,3%	0,4%	0,3%
Risprodukter	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%
Pasta och produkter av pasta	0,9%	1,0%	1,1%	1,2%
Mjöl, gryn	2,2%	2,2%	2,0%	2,1%
Matbröd	6,8%	7,0%	7,2%	6,7%
därav Hårt bröd	1,2%	1,1%	1,2%	1,0%
Mjukt vitt matbröd	1,7%	1,7%	1,6%	1,5%
Mjukt grovt/mörkt matbröd	0,8%	1,0%	1,2%	1,2%
Mjukt ljust matbröd	1,6%	1,7%	1,9%	1,8%
Matbröd ospec	1,5%	1,4%	1,3%	1,2%
Bakverk	5,4%	5,6%	5,0%	4,8%
Kött	18,7%	18,4%	18,6%	18,3%
Färskt, kylt eller fryst nötkött	2,2%	2,3%	2,6%	2,6%
Färskt, kylt eller fryst griskött	3,5%	3,3%	3,5%	3,6%
Färskt, kylt eller fryst övrigt kött	0,5%	0,3%	0,6%	0,4%
Färskt, kylt eller fryst fågel	1,8%	1,8%	1,8%	1,7%
Torkat, saltat eller rökt nötkött	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Torkat, saltat eller rökt griskött	3,9%	4,0%	3,9%	3,8%
Torkat, saltat eller rökt övrigt kött	0,5%	0,5%	0,7%	0,8%
Kött, korv och korvpålägg	3,1%	3,1%	3,0%	2,9%
Sylta, pastej, paté, charkvaror	1,0%	1,2%	1,0%	0,9%
Köttträtter och övriga köttprodukter	1,6%	1,4%	1,1%	1,1%
Kött - ospec	0,5%	0,4%	0,3%	0,3%
Fisk och skaldjur	5,3%	5,3%	5,3%	5,7%
Färsk, kyld eller fryst fisk	1,7%	1,8%	1,9%	2,0%
därav Torskfisk	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
Laxfisk	0,6%	0,6%	0,8%	0,9%
Sill, strömming	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Övrig fisk	0,4%	0,3%	0,3%	0,6%
Skaldjur	0,9%	0,9%	0,8%	0,9%
Kaviar, rom, andra fiskprod.	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%
Fisk och skaldjursträtter och övriga fisk och skaldjursprodukter	2,0%	2,1%	2,0%	2,2%
Fisk och skaldjur - ospec	0,1%	0,3%	0,3%	-

forts.

Forts. Tabell 6.1 Olika livsmedels andel av de totala livsmedelsutgifterna 2003 – 2006

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

Källa: SCB, Hushållens utgifter

BILAGA 7 KATEGORISERING AV HUSHÄLLENS KONSUMTION I NATIONALRÄKENSKAPERNA

Kategorisering av hushållskonsumtionsutgifter 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	Mjökbaserade 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, ostpaj
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
	Övriga beklädnadsartiklar (redovisas inte för sig, men ingår i totalsumma för kläder)	03	Sybehör
		03	Kläder ospec
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 golvbekläggnings -ospec
I, K	Möbler och inventarier, mattor och andra golvbekläggnings	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	Prydnadsaker, blomkrukor, inredningsartiklar, ej konstglas/keramik
		0511113	Spegel
		0511114	Dörr, vikdörr, skjutdörr
		0512xxxxx	Mattor och andra golvbekläggnings - ospec
		05121	Matta
		0513xxxxx	Reparationer av möbler och golvbekläggnings - ospec
		0513101	Reparation möbler
		0513102	Reparation golvbekläggnings
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	Husbilsförsäkring
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 är den andra rapporten i en ny serie om den privata konsumtionen i Sverige. Konsumtionsrapporten har tagits fram av Ulrika Holmberg vid Centrum för konsumtionsvetenskap (CFK). Här finns översikter över konsumenters utgifter inom olika områden och hur de förändrats sedan 1996. 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