

Hur påverkar höjda matpriser konsumenternas köpbeende?

Bilaga till rapporten Höjda matpriser 2022



Denna titel kan laddas ner från: [Livsmedelsverkets publikationer](#).

Citera gärna Livsmedelsverkets texter, men glöm inte att uppge källan. Bilder, fotografier och illustrationer är skyddade av upphovsrätten. Det innebär att du måste ha upphovsmannens tillstånd att använda dem.

© Livsmedelsverket, 2022.

Rekommenderad citering:

Livsmedelsverket. 2022. Hur påverkar höjda matpriser konsumenternas köpbeende? Livsmedelsverkets PM.
Uppsala.

ISSN 1104-7089

Omslag: Livsmedelsverket

Skillnad i köpbeteende utifrån inkomst

Det finns signifikanta skillnader mellan låg- och höginkomsttagare när det gäller hur de svarat på frågan om ökade livsmedelspriser påverkat hur mycket de köper av frukt, färska grönsaker och godis. Låginkomsttagare anger i större utsträckning att de köper mindre av dessa varor eller har slutat handla helt jämfört med höginkomsttagare.

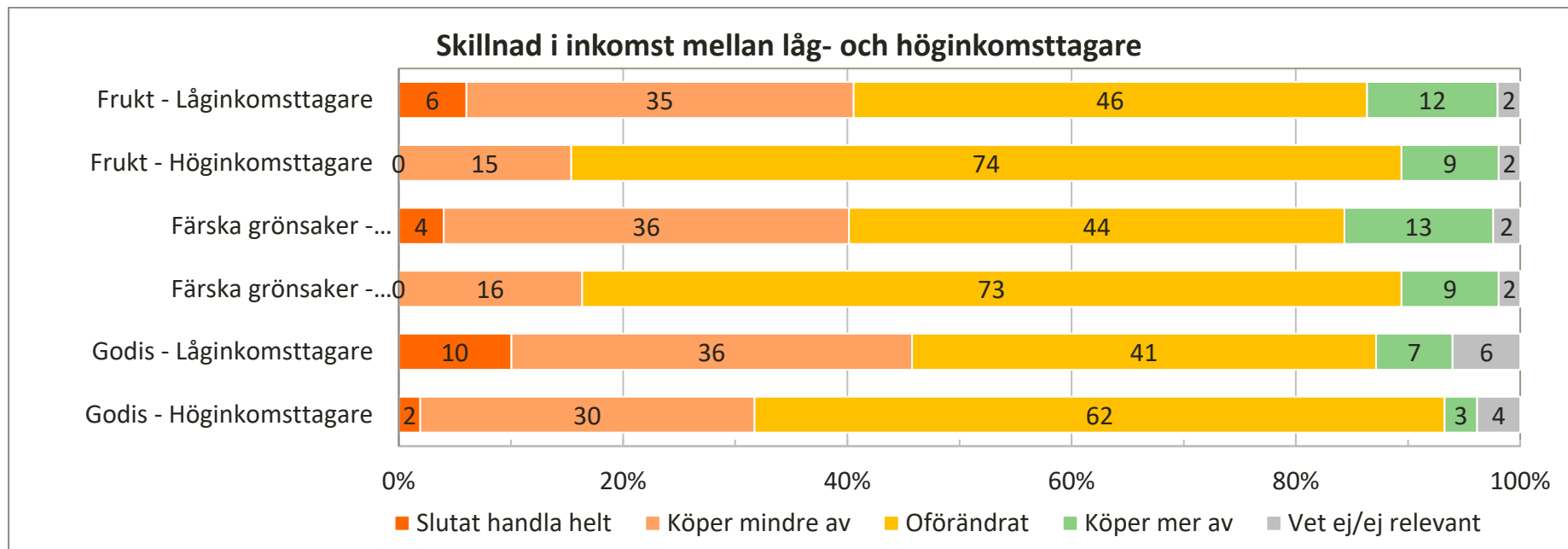


Diagram som visar skillnader i konsumentbeteende kopplat till inkomst.

Fakta om undersökningen

- Undersökningen genomfördes 20–30 maj 2022 av Origo Group.
- Den genomfördes med hjälp av en webbpanel med 1005 respondenter fördelade efter ålder (18–84 år) och kön enligt befolkningsstrukturen i Sverige.
- Respondenterna var även spridda geografiskt och utifrån olika inkomst i hushållen.
- Målet med undersökningen var att få kunskap om hur de förändrade livsmedelspriserna påverkar konsumenternas köpbeteende.