



UMEÅ UNIVERSITET

Inköpsvanor och beteenden under en pandemi

En kvantitativ studie om konsumtion och förhållningssätt till mat i svenska hushåll under utbrottet av Covid-19.

Albin Kauppi & Lydia Malm

Handledare; Cecilia Olsson Examinator; Eva Palmquist

Examensarbete, 15 hp

Abstract

The coronavirus "Covid-19" has spread rapidly in Sweden and Europe, especially. To deal with the crisis, measures have been taken nationally and globally with advice on keeping personal hygiene, practicing social distancing and staying at home as much as possible. This has contributed to changes in daily routines. The purpose of this study was to find out if there were any changes in purchasing habits and behaviours regarding purchasing and meal consumption in Swedish households. This has been investigated through a quantitative survey study with 110 participants living in Sweden. The results of the study show a decrease in the number of purchases per month but no change in the purchasing method. However, there was a change in the choice of food products. The study shows an increase in sales of pasta and dry goods and a decrease in sales of fresh meat and fish products. It also emerges that there is no concern for food shortage, but that a larger proportion is buying more food for preventive purposes. The behaviours regarding purchasing habits can be a response to a lack of knowledge and experience in individual handling of a pandemic. The increase in purchases of pasta and rice can be because they have a long shelf life, goods with a long shelf life can contribute to fewer purchasing opportunities. Finally, it is observed that women consume more meals at home than men which may be due to differences regarding income between men and women according to research.

Keywords:

Pandemi, Social distansering, Riskperception, Beteenden, Krisbeteende, Kriskonsumtion, Livsmedelsvanor

Sammanfattning

Coronaviruset Covid-19 har haft en snabb spridning i Sverige och Europa framförallt. För att hantera krisen vidtas åtgärder nationellt som globalt med råd såsom att hålla personlig hygien, utöva social distansering och stanna hemma i den mån man kan. Detta har bidragit till förändringar i vardagsrutiner. Syftet med denna studie var att ta reda på förändringar i inköpsvanor och beteenden kring inköp och måltidskonsumtion i svenska hushåll. Detta har undersökts genom en kvantitativ enkätstudie med 110 deltagare som bor i Sverige.

Resultatet från studien visar en minskning i antal inköp per månad men ingen förändring i inköpsmetod, dock i val av livsmedel. Studien visar en ökning i försäljning av pasta och torrvaror och minskning i försäljning av färska kött- och fiskprodukter. Det framkommer även att det inte finns någon oro för att maten ska ta slut, men att en större andel handlar mer mat i förebyggande syfte. Beteendena för inköpsvanor kan vara en respons på bristande kunskap och erfarenhet i hantering av en pandemi. Ökningen av pasta och ris kan bero på att de har lång hållbarhet, eftersom varor med lång hållbarhet kan bidra till färre inköpstillfällen. Slutligen observeras att kvinnor äter fler måltider än män generellt sett i hemmet vilket kan vara en respons på att inkomst skiljer sig mellan män och kvinnor enligt forskning.

Keywords:

Pandemi, Social distansering, Riskperception, Beteenden, Krisbeteende, Kriskonsumtion, Livsmedelsvanor.

Innehållsförteckning

Bakgrund	1
Vidtagna åtgärder som följd av pandemin	1
Globalt.....	1
Nationellt	1
Riskperception.....	1
Krisbeteende och kris konsumtion	2
Syfte &Frågeställning	3
Metod	4
Metodval	4
Urval och rekrytering	4
Datainsamling	4
Annan datainsamling	5
Databearbetning och analys	5
Etiska överväganden	5
Resultat.....	6
Deltagarna	6
Förändringar i inköpsfrekvens av livsmedel.....	6
Inköpsmetoder	8
Förändringar i måltidskonsumtion	8
Förändring i försäljning av specifika livsmedel	9
Förebyggande åtgärder och oro	10
<i>”Jag är orolig att maten skall ta slut inom en snar framtid”</i>	10
<i>”Jag har handlat mer mat eftersom jag vill undvika offentliga platser där jag kan bli smittad”</i>	10
<i>”Jag har handlat mer mat i förebyggande syfte om jag skulle bli sjuk och inte kan lämna hemmet”</i>	11
Diskussion.....	12
Metod.....	12
Reliabilitet & validitet.....	12
Enkät	12
Databearbetning och analys.....	12
Resultat	13
Utbildningsnivå kopplat till riskbenägenhet	13
Beteenden och oro.....	13
Inköpsvanor	14
Måltidsvanor	14

Slutsats	15
Referenser	16
Bilagor.....	19

Bakgrund

Den 31 december 2019 bekräftades de första 27 fallen av Covid-19 i Wuhan, Kina. Detta i form av torrhosta, andfåddhet, feber och andningssvårigheter. Viruset kopplades till en och samma fisk- och skaldjursmarknad där det även såldes andra levande djurarter såsom bland annat fladdermöss. Sedan dess har viruset spridit sig runt om i världen och har i mars utlysts som en pandemi där varken behandlingsmetoder eller vaccin har framkommit i nuläget (Sohrabi et al. 2020). Denna uppsats skrivs i syfte att utreda hur människors beteende kring mat och måltider förändrats i Sverige då folk ombeds att stanna hemma.

Vidtagna åtgärder som följd av pandemin

Globalt

Organisationen World Health Organization (WHO) har kommit med råd till allmänheten framförallt att alla ombeds stanna hemma vid minsta influensasymptom, men också rent generellt att vistas så lite man kan på offentliga platser. Befinner man sig på platser där andra vistas är det viktigt att man försöker hålla avstånd med minst en meter och att alla bör tvätta händerna ofta och undvika att röra sig vid ögon, mun eller andra slemhinnor då Covid-19 är en droppsmitta som kan smittas genom att någon nyser eller har rört vid något efter att ha plockat upp bakterien från andra ytor. WHO beskriver även, i en rapport som publicerades 10 Maj 2020, detta som ett snabbt spridande virus som påverkat varje samhälle direkt eller indirekt. Detta har bland annat bidragit till begränsningar för resande både inrikes och utrikes och stängning av skolor och andra verksamheter (WHO, 2020).

Nationellt

Sverige har i nuläget inte satt några lagar för huruvida folk måste stanna hemma och det är folkhälsomyndigheten som utlyser allmänna råd till befolkningen. I dessa råd ombeds folk att hålla avstånd till varandra på allmänna platser, undvika att resa i rusningstid och helt avstå från onödiga resor och att arbeta hemifrån om möjlighet finns. Framförallt för de som tillhör riskgrupper, såsom människor med nedsatt immunförsvar eller personer över 70 år ombeds stanna hemma och undvika alla allmänna platser där människor samlas, exempelvis apotek och matvarubutiker (Folkhälsomyndigheten, 2020). Detta innebär alltså att folk i större mån vistas i hemmet.

Riskperception

”Risker är centrala i många viktiga samhällsdebatter. Forskningen har visat på stora skillnader mellan riskuppfattningen för den egna personens del och för andras. Kvinnor och män tenderar att bedöma risker olika och det finns även samband mellan vissa personlighetsdrag och riskuppfattning” (Sjöberg, 2003, s.1). Detta är centralt i denna studie då den bygger på att bland annat utreda huruvida beteenden förändras under en pandemi där människor i större mån vistas hemma.

Ghersetti & Odén (2010) menar att Sverige vid tidigare tillfällen har blivit drabbade av influensaepidemier, där ett exempel är hösten 2009 då svininfluensan spred sig. Men denna gång kom snabbt vaccinet Pandremix och vaccinering av Sveriges befolkning påbörjades. Vaccinet var valfritt men i början av januari 2010 hade 5,5 till 6 miljoner svenskar fått en första dos av vaccinet vilket ledde till att smittan inte längre beskrevs som en risk redan i början av maj. Nyheterna framställde hotet om hur allvarlig och smittsam sjukdomen var, samt hur samhället skulle kunna drabbas i form av till exempel hög sjukdomsfrånvaro inom vård, skola och kollektivtrafik. De beskriver vidare en SOM

(Samhälle Opinion och Medier)-undersökning som genomfördes hösten 2009 som gjordes i syfte att ta reda på svenskars mån av oro relaterat till svininfluensan. Denna undersökning visade att befolkningen i Sverige inte alls verkade speciellt oroliga över influensan då endast 21 procent uttryckte oro för egen person och 31 procent för hur viruset skulle påverka samhället (Ghersetti & Odén, 2010).

Weinstein and Klein (1995) beskriver flera studier som tidigare visat att människor brukar tro att risker och hot främst drabbar andra och inte dem själva.

Det framgår i en studie av Morton and Duck (2001) som skapades i syfte att utreda effekter av medietäckning gällande rädsla för hudcancer att folk i större utsträckning oroar sig mer för andras, snarare än sin egen personliga risk att drabbas. Studien visar även att den interpersonella kontakten, alltså hur personer reagerar i relation till andra människor, utgör en större oro. Exempelvis om någon närstående blir drabbad (Morton and Duck, 2001).

Begreppet ”Optimism bias” eller ”optimistisk partiskhet” definieras som skillnaden mellan personers förväntningar och det faktiska resultat som följer. Optimistisk betyder att förväntningarna är mer positiva än verkligheten, alltså motsats till att vara pessimistisk vilket innebär att verkligheten är bättre än förväntningen. Detta beskrivs som de mest konsekventa och utbredda fördomarna som dokumenterats i psykologi och beteendekonometri (Sharot 2011).

Krisbeteende och kriskonsumtion

Att förstå människans beteende i kristider är viktigt för att kunna förhindra framtida irrationella beteenden hos människor. I en undersökning av Gao & Liu (2017) dras slutsatsen att människors beteende i kristider påverkas främst av deras heterogena uppfattningar om den specifika krisen, snarare än faktiskt och objektiv information gällande krisen. De individuella uppfattningarna till kriser baseras främst på tidigare erfarenheter eller uppfattningar om liknande kriser. Det förklaras även att människor oftast har begränsad erfarenhet och kunskap gällande olika typer av kriser på grund av att det sällan sker samt en osäkerhet kring vilka skador krisen kan medföra. Vikten av korrekt och snabb information gällande kriser är alltså fundamental för att kunna förhindra irrationella beteenden.

Vid större kriser sker en förändring i rationellt konsumtionsbeteende. Individens mottaglighet för all typ av information gällande krisen ökar i samband med kriser, vilket är ett beteende för att hantera upplevd osäkerhet och oro (Gao & Liu, 2017). Under SARS-utbrottet 2003 i Kina spreds det desinformation om att salt med jod skulle motverka virusets effekter. Detta resulterade i ett irrationellt och överdrivet inköp av salt med jod bland konsumenter (Tak & Sun, 2011). Likt år 1939 då de första ransoneringsskorten delades ut “för att finnas till hands” om restriktioner skulle införas, satte den “stora hamstringsvågen” fart, Detta innebar att folk snabbt började hamstra varor i rädslan att ransoneringen skulle komma. Det som främst bunkrades vid denna tid var varor som kaffe, socker och mjöl (Forslund, 1992).

Under den senaste tiden har detta mönster kunnat observeras hos livsmedelsbutiker i Sverige. I en SVT-intervju med en ICA-handlare i Örnsköldsvik talar handlaren om att en ökad försäljning av basvaror som exempelvis ris, pasta och fiskbullar, vilket resulterat i tomma hyllor (SVT, 2020). ICA har även redovisat mars månads försäljning och visat en ökning med 11,1% från samma månad föregående år. De skriver även att detta till stor del beror på bunkrande med anledning av coronaviruset, Covid-19. De såg en ökad försäljning av torrvaror och djupfrysta varor samt en mycket ökad försäljning genom e-handel (ICA-Gruppen, 2020). Myndigheten för Samhällsskydd och Beredskap (MSB) meddelade 8 mars att det inte fanns någon anledning till att handla överdrivet eftersom de inte ser någon upplevd förändring i distributionskedjorna (TT, 2020, 8 mars). Anledning till den ökade

försäljningen av de specifikt listade livsmedelsgrupperna skulle kunna bero på att MSB under 2018 skickade hem broschyren ”Om krisen eller kriget kommer” till 4,8 miljoner hushåll i Sverige. Broschyren innehåller bland annat en sektion för tips kring hemberedskap.

Denna sektion innehåller en del med föreslag på livsmedel som kan vara bra att ha hemma. Potatis, kål, morötter, ägg och snabbpasta, ris, gryn, pulvermos är två exempel på grupper av varor som föreslås att ha hemma. MSB menar att det är viktigt att ha mat som kan tillagas med endast lite vatten eller inget alls. Lång hållbarhet på varorna är också essentiellt (MSB, 2018). I redovisningen från ICA framkommer det även att siffrorna från mars minskade mot slutet av månaden och återgick till ”normal tillväxtförsäljning” (ICA-Gruppen, 2020).

Social distansering är ett återkommande begrepp i epidemiologi och läran om infektionssjukdomar. Begreppets betydelse är att människan ska, genom minskad fysisk kontakt med andra människor, minska smittspridning. På så vis kan hastigheten i vilket sjukdomen/viruset sprider sig saktas ned och epidemin/pandemin kan kontrolleras (Reluga, 2020). Social distansering betyder därför att människor i den mån de kan inte ska föra sig i offentliga utrymmen, utan hålla sig inomhus (Jones, 2020). Resultatet blir förändrade beteenden kring det vi utför i offentliga utrymmen, som att besöka restauranger samt att handla mat.

Syfte &Frågeställning

Syftet med denna undersökning är att studera förändringar i personers konsumtion och förhållningssätt till mat i relation till utbrottet av Covid-19 i Sverige.

- Hur har sättet att göra livsmedelsinköp påverkats?
- Hur har inköp av olika livsmedelsgrupper påverkats?
- Hur har måltidsvanorna påverkats?
- I vilken utsträckning har oro kopplat till Covid-19 bidragit till ökat matinköp?

Metod

Metodval

En kvantitativ studie beskrivs som en tes eller teori som sedan prövas genom att samla in numeriska data och blir ett konsistent verktyg som hjälper forskare att hitta skillnader mellan människor (Bryman, 2011). Detta är en kvantitativ tvärsnittsstudie baserad på en webbaserad enkätundersökning i syfte att jämföra personers konsumtion och förhållningssätt till mat i relation till utbrottet av Covid-19.

Urval och rekrytering

Målgruppen för undersökningen var personer över 18 år som bor i Sverige. Fem privata facebookgrupper kontaktades, alla kopplade till mat och utbrottet av Covid-19, om tillstånd att få dela en länk till enkäten. Detta i syfte att få en högre svarsfrekvens. Alla dessa förfrågningar avslogs. Istället användes ett bekvämlighetsurval och länken till enkäten delades på författarnas privata Facebooksidor. Ett bekvämlighetsurval beskrivs som ett icke-sannolikhetsval och innebär en slumpmässig svarsfrekvens (Bryman, 2011). Enkäten delades därefter vidare på andra Facebooksidor och grupper vilket Bryman (2011) beskriver som ett vidare snöbollsurval.

Datainsamling

Enkäten (Se bilaga, 1–7) utformades i Google forms och delades in i två delar.

Del 1 i enkätundersökningen bestod av bakgrundsfrågor i syfte att senare jämföra olika grupper. Bakgrundsfrågorna gällde deltagarnas kön, ålder, huvudsakliga sysselsättning, yrkesbransch, boendesituation, vilket län de bor i och typ av ort med alternativen glesbygd eller tätort. Teorin var att ålder hade kunnat spela en större roll i denna undersökning då Folkhälsomyndighetens allmänna råd under pandemin är att äldre människor ombeds vara hemma i större mån. Frågor angående boendesituation, län och typ av ort ställdes för att beskriva hur det påverkar eventuell bunkring och om det på något sätt skiljer sig då olika orter har drabbats olika hårt i antal sjukdomsfall under förloppet av Coronapandemin.

Del 2 i enkäten bestod av fem frågor. Syftet med de fyra första frågorna var att få information om frekvens och utförande av livsmedelsinköp, frekvens av måltider intagna i hemmet och inköpsvanor av ett urval livsmedel före och efter utbrottet av Covid-19.

Den sista frågan ställdes i syfte att få information om i vilken utsträckning deltagarna upplevde att oro kopplat till Covid-19 bidrog till ett ökat matinköp. På en skala från 1–7 där 1=instämmer inte alls och 7=instämmer helt fick deltagarna ta ställning till följande tre påståenden: ”Jag är orolig för att maten ska ta slut i livsmedelsbutikerna inom en snar framtid”, ”Jag har handlat mer mat eftersom jag vill undvika offentliga platser där jag kan bli smittad” och ”Jag har handlat mer mat i förebyggande syfte om jag blir sjuk och inte kan lämna hemmet”.

Annan datainsamling

Gällande datainsamlingen fanns andra data av intresse utöver enkäten. Att få tag på specifika försäljningssiffror från stora livsmedelskedjor skulle vara av intresse för studien. Syftet i att se vilka livsmedelsgrupper som sålt minst/mest i exakta siffror från livsmedelskedjorna skulle kunna användas för att bland annat se samband med vad respondenterna i enkäten svarar. Siffrorna från kedjorna skulle enklare kunna generaliseras då trovärdigheten och volymen av data är stor.

Ett mejl skickades ut till flera av de största kedjorna i Sverige med frågan om att få ta del av deras mer specifika försäljningssiffror. Svaren från dessa blev dock nej. Det antydde att det flesta kedjorna hade fullt upp med att hantera krisen och de hade inte tid med att hjälpa i arbetet. Några hänvisade istället till de siffror som redan finns publicerade allmänt. Dessa siffror visar dock ingen specifika data i försäljning per livsmedelsgrupp.

Databearbetning och analys

Rådata från enkäten fördes över från Google Forms till ett kalkylark i Microsoft Excel för vidare export till IBM SPSS som är ett data-analysprogram. I SPSS omvandlades textvariabler till numeriska för att i kunna utföra statistiska analyser. Inför analysen slogs vissa variabler ihop till nya, kategoriserade variabler. Könen kategoriserades i två grupper; män och kvinnor. En person hade uppgett ”annat” och exkluderas därmed från fortsatt analys. Åldersgrupperna delades in efter medianvärdet (29,5) i $\leq 29,5$ och $> 29,5$. Utbildningsnivå kategoriserades i två grupper; grundskole-, gymnasie- och folkskoleutbildade respektive högskole- och universitetsutbildade. Svaren på frågan ”Hur ofta handlar du/ditt hushåll livsmedel? (Innan rådande pandemi och i dagsläget)” kategoriserades i två grupper; < 2 ggr/v och ≥ 2 ggr/v. Antal måltider som dagligen intogs i hemmet kategoriserades i två grupper; ≤ 2 ggr/dag och > 2 ggr/dag. För test av statistisk signifikans användes *Chi-2-test*, *Fisher-Exact test* och *Mann-Whitney U-test* som är icke-parametriska test. Signifikansnivån för studien sattes till $p < 0,05$.

Etiska överväganden

Enkäten har skapats enligt forskningsetiska principer där de fyra allmänna huvudkraven, som Vetenskapsrådet (1990) författat, har följts. Informationskravet har följts genom att alla personer som deltog i undersökningen informerades om undersökningens syfte och villkor, att deltagandet var helt frivilligt och att de närsomhelst kunde avbryta sin medverkan. Samtyckeskravet innebär att alla som medverkat i undersökningen själva från början samtycker till att delta men att deltagaren skall få bestämma på vilka villkor. I början av denna enkät fick alla deltagare möjlighet att ange en kod med åtta tecken för att vid ett senare tillfälle kunna ta tillbaka sina svar om de skulle ångra sin medverkan efter att svaren skickats in. Alla som svarade på enkäten kunde hela tiden välja att avbryta sin medverkan i studien och då helt utan några som helst negativa följder. Konfidentialitetskravet handlar om att eventuella personuppgifter skall bevaras konfidentiellt så att obehöriga ej kan ta del av dem. I denna undersökning blev alla deltagare från början informerade om hur data skulle framställas, alltså utgöra en del i resultatdiagram och att de ifyllda formulären skulle raderas helt från enkätverktyget Google forms, där den skapats, när resultatet tagits fram. Nyttjandekravet handlar om att uppgifter om enskilda personer endast får användas i forskningssyfte och ej användas i andra sammanhang. Detta har säkerställts då ingenting personligt kommer att kunna urskiljas när frågeformuläret raderats och förstörts från webbplatsen.

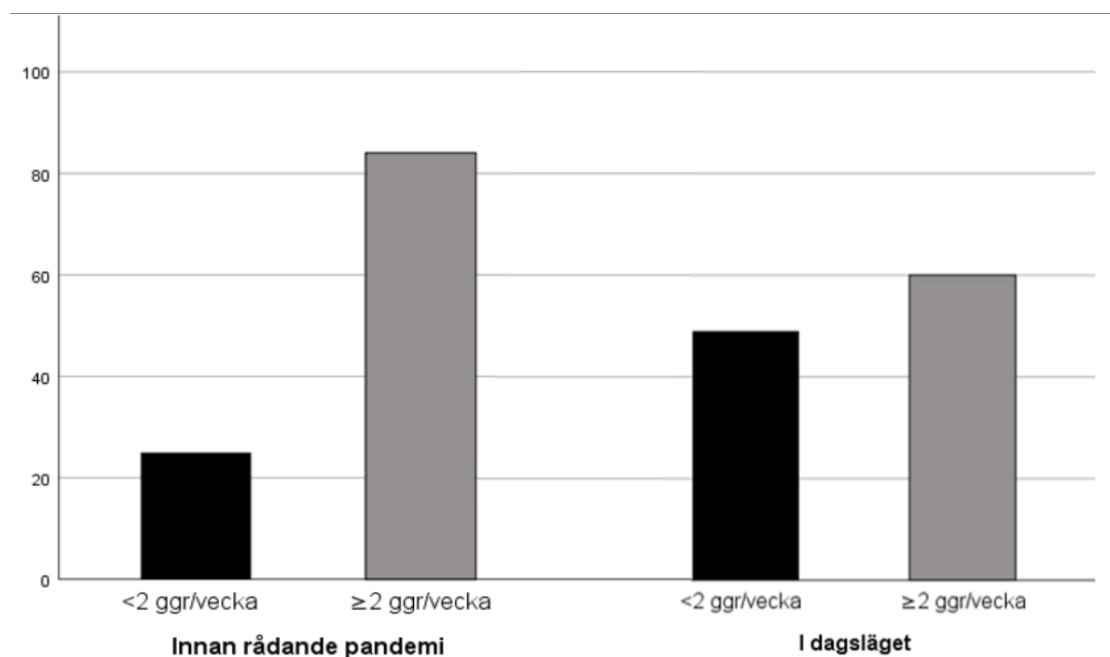
Resultat

Deltagarna

Det var 110 personer som besvarade enkäten, varav 59 var kvinnor och 50 män samt en person som identifiera sig som annat. Åldern hos deltagarna hade en spridning från 19 till 89 år med en medelålder på 36,5 ($\pm 15,2$) och median på 29,5. En majoritet hade eftergymnasial utbildning ($n=71$) och 38 personer hade en gymnasieutbildning samt folkskola ($n=1$).

Förändringar i inköpsfrekvens av livsmedel

24 personer (22%) minskade sin inköpsfrekvens till att handla färre än 2 gånger i veckan från innan och efter utbrottet av Covid-19. (Figur 1) ($p < 0,01$). Ingen av deltagarna ökade sin inköpsfrekvens och 85 personer (78%) ändrade inte sin inköpsfrekvens från innan och efter utbrottet av Covid-19. Minskningen av inköpsfrekvens var signifikant oberoende av kön, åldersgrupp respektive utbildningsnivå ($p < 0,01$) (Tabell 1).



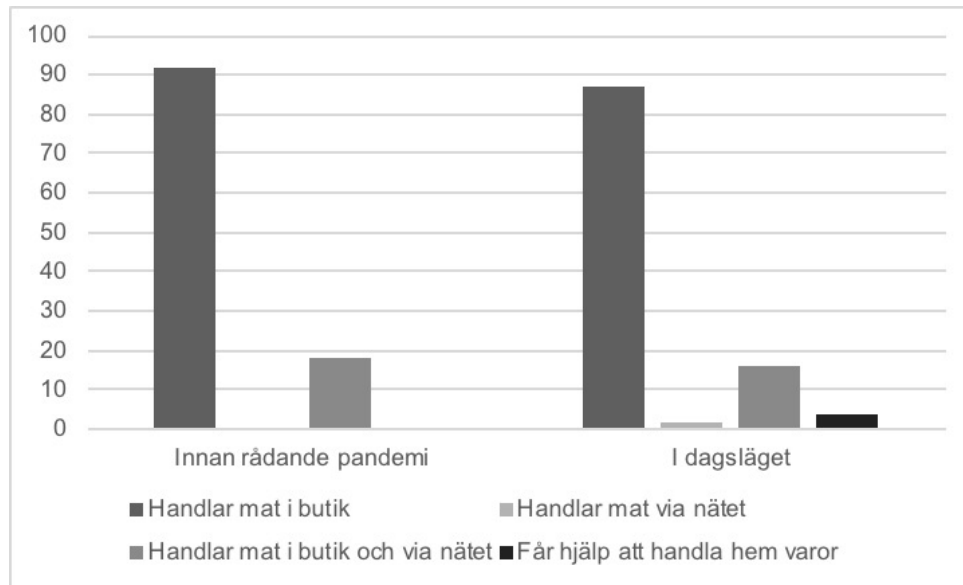
Figur 1. Förändring i inköpsfrekvens av livsmedel innan och efter utbrottet av Covid-19 ($n=110$). Sverige, maj 2020

Tabell 1 Inköpsfrekvens av livsmedel och måltider som intogs i hemmet uppdelat på kön, ålder och utbildningsnivå (n=110). Sverige, maj 2020.

Variabler	Innan pandemin		Under rådande pandemi		p-värde
	n	%	n	%	
<u>Inköpsfrekvens</u>					
<i>Män</i>					
<2 ggr/v	12	24	23	47	<0,01
≥2 ggr/v	37	76	26	53	
<i>Kvinnor</i>					
<2 ggr/v	13	22	26	44	<0,01
≥2 ggr/v	46	78	33	56	
<i>≤29 år</i>					
<2 ggr/v	12	22	23	43	<0,01
≥2 ggr/v	42	78	31	57	
<i>>29 år</i>					
<2 ggr/v	13	24	26	47	<0,01
≥2 ggr/v	42	76	29	53	
<i>Gymnasieutbildning/folkskola</i>					
<2 ggr/v	13	34	20	53	<0,01
≥2 ggr/v	25	66	18	47	
<i>Eftergymnasial utbildning</i>					
<2 ggr/v	12	17	29	41	<0,01
≥2 ggr/v	59	83	42	59	
<u>Måltider i hemmet</u>					
<i>Män</i>					
≤2 måltider	39	78	26	52	0,01
>2 måltider	11	22	24	48	
<i>Kvinnor</i>					
≤2 måltider	32	55	16	28	<0,01
>2 måltider	26	45	42	72	
<i>≤29 år</i>					
≤2 måltider	39	71	28	51	<0,01
>2 måltider	16	29	27	49	
<i>>29 år</i>					
≤2 måltider	33	61	15	28	<0,01
>2 måltider	21	39	39	72	
<i>Gymnasieutbildning/folkskola</i>					
≤2 måltider	26	67	20	51	<0,01
>2 måltider	13	33	19	49	
<i>Eftergymnasial utbildning</i>					
≤2 måltider	46	66	23	33	<0,01
>2 måltider	24	34	47	67	

Inköpsmetoder

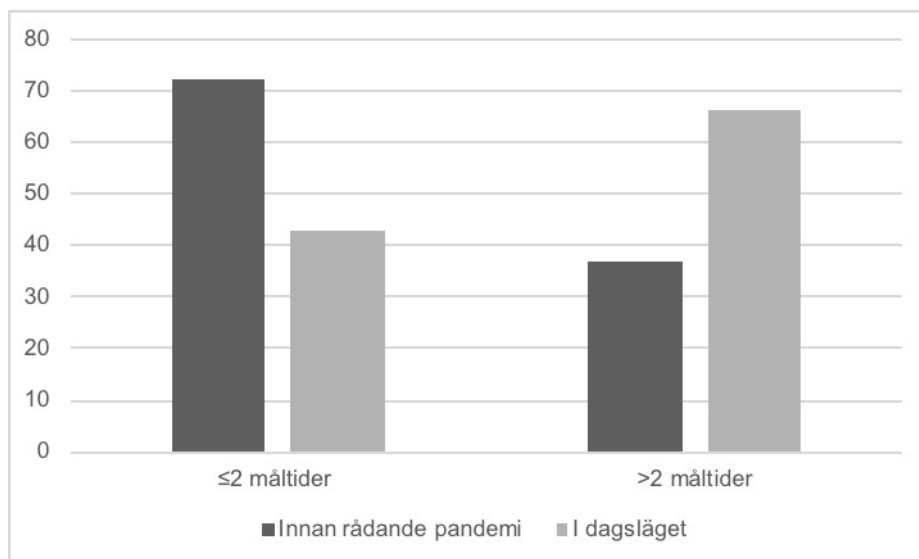
Tillvägagångssätten för inköp förändrades inte märkbart i samband med innan och efter utbrottet. Därav har inga test för signifikans utförts. Innan utbrottet var det endast inköp genom att handla i butik (n=92) samt att handla i butik och via nätet (n=18) som gjordes (Figur 2). Efter utbrottet var det fyra personer som fick hjälp att handla hem varor och två personer som gick över till att enbart handla via nätet.



Figur 2 "Inköpsmetoder innan och efter utbrottet av covid-19 (n=110). Sverige, Maj 2020"

Förändringar i måltidskonsumtion

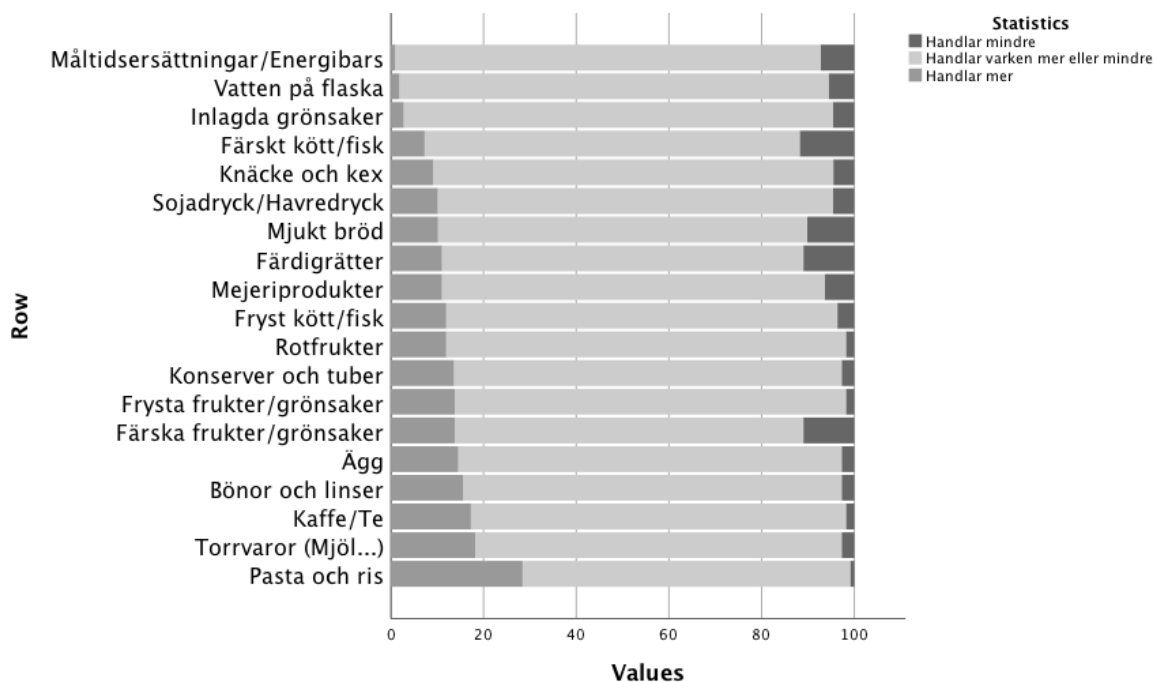
30 personer ökade antal måltider konsumerade i hemmet per dag till >2 gånger per dag från innan pandemin till i dagsläget (Figur 3). Två personer minskade antalet måltider och hos 76 personer skedde ingen förändring i måltidskonsumtion. Ökningen i antalet måltider som intogs i hemmet var signifikant oberoende av kön, åldersgrupp respektive utbildningsnivå ($p \leq 0,01$) (Tabell 1).



Figur 3 "Förändringar i måltidskonsumtion innan och efter utbrottet av Covid-19 (n=110). Sverige, maj 2020"

Förändring i försäljning av specifika livsmedel

Den största minskningen i inköp var av färska kött- och fiskprodukter (12%), mjukt bröd (10%), färdigrätter (11%) och färska frukter och grönsaker (11%). Den största ökningen i inköp var av pasta, ris och matvete (28%), kaffe/te (17%), torrvaror (mjöl, gryn osv.; 18%) och bönor/linser (16%).



Figur 4 Förändring i inköp av specifika livsmedelsgrupper efter utbrottet av Covid-19 (n=110). Sverige, maj 2020. med ökning, minskning och opåverkat, Sverige, maj 2020."

Förebyggande åtgärder och oro

”Jag är orolig att maten skall ta slut inom en snar framtid”

På en skala från 1 till 7 där 1= Instämmer inte alls och 7= Instämmer helt, fick deltagarna ta ställning till påståendet ”Jag är orolig att maten skall ta slut inom en snar framtid”. En majoritet (n=97; 90%) svarade 1 eller 2, dvs. de instämde inte alls eller i låg grad med påståendet (Tabell 2). Resterande 10% svarade 3 (n=8) respektive 5 (n=3). Det fanns inga signifikanta skillnader i hur man tog ställning till påståendet mellan kön, åldersgrupper, respektive utbildningsnivå.

Tabell 2 "Oro för att maten ska ta slut"

<i>”Jag orolig för att maten ska ta slut i livsmedelsbutikerna inom en snar framtid”</i>	N	%
1 – Instämmer inte alls	80	74
2	17	16
3	8	7
4	0	0
5	3	3
6	0	0
7 – Instämmer helt	0	0
Totalt:	108	100

”Jag har handlat mer mat eftersom jag vill undvika offentliga platser där jag kan bli smittad”

På en skala från 1 till 7 där 1= Instämmer inte alls och 7= Instämmer helt, fick deltagarna ta ställning till påståendet ”Jag har handlat mer mat eftersom jag vill undvika offentliga platser där jag kan bli smittad”. En majoritet (n=60; 55%) svarade 1 eller 2, dvs. de instämde inte alls eller i låg grad med påståendet (Tabell 3). Resterande 45% (n=49) svarade 3, 4, 5, 6 eller 7 Instämmer helt. De med eftergymnasial utbildning instämde i högre grad med påståendet i jämförelse med de med gymnasial utbildning (p=0,023). Det fanns inga signifikanta skillnader i hur man tog ställning till påståendet mellan kön respektive åldersgrupper.

Tabell 3 "Förebyggande åtgärder för att undvika offentliga platser"

"Jag har handlat mer mat eftersom jag vill undvika offentliga platser där jag kan bli smittad"	N	%
1 – Instämmer inte alls	44	40
2	16	15
3	9	8
4	5	5
5	20	18
6	3	3
7 – Instämmer helt	12	11
Totalt:	109	100

"Jag har handlat mer mat i förebyggande syfte om jag skulle bli sjuk och inte kan lämna hemmet"

På en skala från 1 till 7 där 1= Instämmer inte alls och 7= Instämmer helt, fick deltagarna ta ställning till påståendet "Jag har handlat mer mat i förebyggande syfte om jag skulle bli sjuk och inte kan lämna hemmet". En majoritet (n=61; 57%) svarade 1 eller 2, dvs. de instämde inte alls eller i låg grad med påståendet (Tabell 4). Resterande 43% (n=46) svarade 3, 4, 5, 6 och 7-Instämmer helt, vilket indikerar att de i stigande grad instämmer till påståendet. Det fanns inga signifikanta skillnader i hur man tog ställning till påståendet mellan kön, åldersgrupper, respektive utbildningsnivå.

Tabell 4 "Förebyggande åtgärder om en skulle bli sjuk"

"Jag har handlat mer mat i förebyggande syfte om jag blir sjuk och inte kan lämna hemmet"	N	%
1 – Instämmer inte alls	45	42
2	16	15
3	9	8
4	7	7
5	17	16
6	5	5
7 – Instämmer helt	8	7
Totalt:	107	100

Diskussion

Metod

Reliabilitet & validitet

Bryman (2011) menar att undersökningens reliabilitet kännetecknas av hur pålitlig mätningen är och menar vidare att undersökningens reliabilitet anses hög om svaren blir samma om man skulle genomföra undersökningen vid ett senare tillfälle, och låg om svaren skulle variera och möjligt anses som mindre pålitlig. Det är svårt att fastställa reliabiliteten i denna undersökning då osäkerheten kring pandemin råder och att människors beteenden och oro kring matvaruinköp faktiskt skulle kunna förändras i takt med vad staten ber oss göra. Antalet deltagare i denna studie antas ändå uppfylla kravet för att redovisa statistik för ämnet. Eftersom studien görs i nutid är detta snarare en undersökning som kan användas vid ett senare tillfälle som en jämförelse då och nu.

Validiteten kännetecknas av hur undersökningens giltighet är, alltså om metoden mäter det den är avsedd att mäta (Bryman, 2011). Teorin var framförallt baserad på vad som utlysts i media, alltså att folk "har ändrat sina konsumtionsmönster sedan pandemin bröt ut" vilket utreddes när frågorna utformades till enkäten oavsett vilket resultat som framkom.

Enkät

Enkätverktyget Google forms var ett enkelt verktyg att använda, däremot fanns det inte möjlighet att begränsa så att svarsalternativen endast kunde fyllas i ett svarsalternativ. Efter varje fråga stod därför "Vänligen fyll endast i ett svarsalternativ" och i hopp om att folk skulle förstå. Detta bidrog ändå till att personer valde fler svarsalternativ och således ledde till en del bortfall då dessa dubbelsvar raderades helt.

Något annat som eventuellt kan ha minskat reliabiliteten av undersökningen är listan radad med 19 livsmedelskategorier där det fanns tre alternativ att välja mellan. Detta kan ha resulterat i att folk av ren bekvämlighet fyllde i samma alternativ i hela listan för att den kändes lång och att personerna ville bli klara så fort som möjligt. Detta är likt något Bryman (2011) beskriver som "enkättrötthet" alltså att det är enklare att slänga enkäten i papperskorgen än att besvara den. Ett alternativ för att motverka tröttheten hade kunnat vara att berätta för deltagarna innan de fyller i enkäten att det endast är fem frågor utöver bakgrundsfrågorna. En faktor som kunde motverka tröttheten kunde dessutom ha varit att inte haft med så många bakgrundsfrågor. Då knappt hälften av de frågorna inte analyserades så utgjorde de ingen relevans för arbetet.

Databearbetning och analys

I kategoriseringen av ålder delades gruppen in vid medianålder. Denna indelning resulterar i att exempelvis åldrarna 29 och 30 ställs mot varandra i två olika grupper. Problematiken kring detta är att det antagligen inte finns några större skillnader mellan åldrarna 29 och 30. Därför har resultaten utelämnats i en vidare diskussion. Det hade istället kunnat göras en kategorisering av exempelvis åldrarna 18–25 och 58–65 för mer tydliga skillnader. Dock uppfyller inte antalet deltagare i dessa grupper det antal som krävs för en vidare analys.

Resultat

Denna studie visar en minskning i inköpsfrekvens av livsmedel hos personer boende i Sverige efter utbrottet av Covid-19 i jämförelse med innan utbrottet. Förändringen var oberoende av kön, ålder och utbildning. Efter utbrottet av Covid-19 sågs även en ökning i antalet måltider konsumerade i hemmet per dag, även här oberoende av kön, ålder och utbildning. Det iaktogs däremot ingen förändring i tillvägagångssätt för inköp av livsmedel efter utbrottet. Vidare upplevdes ingen större oro för att maten skulle ta slut, däremot handlade en större del i någon mån mer mat i förebyggande syfte (ifall de skulle bli sjuka och för att inte bli smittade). De med eftergymnasial utbildning handlade i större utsträckning mer för att undvika att själva bli smittade i jämförelse med de med gymnasial utbildning.

Utbildningsnivå kopplat till riskbenägenhet

I en undersökning med ett urval av kinesiska företag gällande huruvida utbildningsnivå spelar in i bedömning av risknivåer framkom ett negativt samband i relationen mellan risktagande och högre utbildningsnivå (Wang, 2013). Vidare visade undersökningen att företag som drivs av personer med högre utbildningsnivå har visat på lägre risknivåer och att de med högre utbildning föredras som beslutsfattare när det kommer till bland annat företagstillväxt. Detta kan kopplas samman med denna undersökning på så vis att folk med högre utbildning är mindre benägna att ta högre risker för att undvika att bli smittade själva. I tider av osäkerhet tenderar historiska perspektiv på kriser att generera osäkerhet i nuet med rädsla för framtiden (Kalmbach, Marklund & Åberg, 2020). Kan det vara så att de som har en högre utbildningsnivå är mer pålästa om tidigare kriser, och vad den eventuella följderna kan bli, och därför är mindre benägna att ta risker?

Beteenden och oro

Vid större kriser kan det ske en förändring i vissa beteenden och förhållningssätt. I och med kriser som den nuvarande pandemin uppstår beteenden som exempelvis ”bunkring”. I början av pandemin uppmärksammades ett beteende med bunkring av toalettpapper i början på mars. Detta resulterade i tomma hyllor på några håll i landet (TT, 2020, 15 mars). Detta kan enligt Richard Wahlund (2020, 25 mars) bidra till ökad bunkring. Vidare menar Wahlund att detta är ett irrationellt beteende eftersom det inte fanns några tecken på att toalettpappret skulle ta slut. Ett tecken på att allmänheten inte hade så bra koll på varför de egentligen köpte stora mängder toapapper kan ses i mängden sökningar på ”Toalettpapper” som gjorde på Google under perioden 1:a mars till 15:e mars. Mängden sökningar med sökordet ”toalettpapper” ökade från 0 intressepunkter andra mars till 100 intressepunkter (det högsta möjliga intresset) 15:e mars vilket kan förklara en okunskap kring ämnet (Google Trends, 2020). Icas ökade försäljningssiffror (ICA-Gruppen, 2020) som nämnts tidigare bekräftar också detta beteende i Sverige. I medierna rapporterades det även om ökad försäljning av livsmedel (SVT, 2020).

I en undersökning av Gerhold (2020) visade resultaten, i frågan om respondenterna hade handlat mer mat än vanligt med anledning av Covid-19, att 41% hade gjort det i någon mån. En följdfråga ställdes där respondenterna som handlat hem mer mat fick svara på varför de gjort det, på vilken 82% svarade att de inte vill handla varje dag vilket är något som kan kopplas till nuvarande pandemi (Gerhold, 2020). I en annan studie från Nederländerna av Bults et al. (2009) som utfördes i samband med utbrottet av fågelinfluensan observerades en ökning i den upplevda kunskapen kring utbrottet mellan månaderna maj och augusti. Mellan månaderna juni och augusti samma år ökade även den upplevda sårbarheten hos deltagarna och fler människor använde sig av förebyggande metoder (Bults, M et

al.,2009). I senare skeden av utbrottet kan alltså en större upplevd kunskap kring ämnet bidra till att fler använder förebyggande metoder för att undvika smittspridning. Förebyggande metoder skulle kunna vara att handla färre gånger, vilket innebär större inköp av livsmedel per tillfälle. Den upplevda ”bunkringen” som vi ser kan därför vara ett resultat av social distansering och andra förebyggande åtgärder.

Något som framkommer i denna undersökning är att människor inte uttrycker en oro för att maten skall ta slut, men ökade försäljningssiffror och tomma hyllor i livsmedelsbutikerna säger emot detta. Varför handlas det mer, när vi vet att maten inte kommer att ta slut? Psykologisk egoism kan förklaras som ett begrepp som beskriver människors själviska begär och att det i slutändan bara finns en själv att tänka på (Shafer- Landau, 2013). Att saker tar slut på hyllorna i butiker samtidigt som man vet om att maten ej kommer att ta slut tyder på att det kanske finns en viss typ av egoism i Sverige, vilket svaren från denna undersökning kan sägas stödja.

Inköpsvanor

Minskade antal inköp under en månad kan innebära en förändring i vilka livsmedel som konsumeras. I undersökningen visade resultaten att ”pasta och ris” hade ökat mest i inköp hos respondenterna, och ”färska kött- och fiskprodukter” hade minskat. En anledning skulle kunna vara skillnaden i hållbarhet hos varorna. MSB (2018) uppmanar i broschyren, ”Om krisen eller kriget kommer”, att införskaffa mat med längre hållbarhet, exempelvis rekommenderas bland annat pasta och ris. Livsmedel som färska kött- och fiskprodukter har en kortare hållbarhet och behövs konsumeras inom dagarna efter inköpet. I en undersökning av Liu & Niyongira (2017) ställdes frågor om vilka faktorer som påverkar respondenternas oro mest i valet av livsmedel. Svaren ställdes utifrån en 4-gradig skala där fyra antydde ”väldigt oroad” och ett antydde ”inte alls oroad”. Högst oro för faktorer som påverkar val av livsmedel var hållbarhet. Detta kan alltså resultera i minskad försäljning av färska varor, eftersom dess hållbarhet är kortare.

En förändring i val av livsmedel kan förväntas enligt Cranfield (2020) som drar slutsatsen att bland annat mindre inkomster som resultat av pandemin kan resultera i utbytesbeteenden i val av livsmedelsgrupper och inom livsmedelsgrupper. Vidare menar Cranfield (2020) att fler som jobbar hemifrån kan förändra våra beteenden och förhållningssätt till måltidskonsumtion i hemmet. Resultaten från denna undersökning visar att det i blandad mån handlades hem mer livsmedel jämfört med innan utbrottet av Covid-19 hos nästan 60% av respondenterna i syfte att undvika smitta. Den interpersonella oron, alltså hur personer reagerar i relation till andra människor, är svår att utreda utifrån denna undersökning då den inte undersöker om respondenterna har någon närstående som är sjuk eller om de är oroliga för andra men visar på att folk är oroliga för att själva bli smittade.

Måltidsvanor

Vår studie visade att fler måltider äts i hemmet efter utbrottet av Covid-19 i jämförelse med innan utbrottet. Som tidigare nämnt kan förebyggande åtgärder för att minska smittspridningen vara att utöva social distansering. Denna distansering innebär att hålla sig hemma och undvika sociala kontakter och offentliga platser. Resultatet blir att fler äter måltider i hemmet än ute.

Antalet måltider konsumerade i hemmet efter utbrottet av Covid-19 skiljer sig mellan män och kvinnor. En större andel kvinnor äter fler än två måltider i hemmet per dag jämfört med knappt hälften av männen. Enligt Ju (2020) är män mer benägna att äta ute jämfört med kvinnor. I en artikel av Seguin et al. (2016) bekräftar författarna att män äter mer ute än kvinnor. Det skulle kunna bero på de arbetspositioner män har. För även om Sverige

ses som ett av världens mest jämställda länder (Olivius & Rönnblöm, 2017), framkommer det i en undersökning som gjordes i Malmö att 72 procent av alla ledare och 82 procent av styrelseledamöterna i börsnoterade företag är män (Gavriilidis et.al, 2014). Chefpositioner och styrelseledamöter tjänar generellt mer pengar än andra arbetspositioner. Mer pengar kan innebära fler måltider konsumerade utanför hemmet (Seguin et al., 2016). Dock kan det argumenteras för att dessa arbetspositioner ofta innefattar arbetssysslor som med hjälp av dagens teknologi skulle kunna göras på distans/hemifrån, vilket borde betyda fler måltider i hemmet.

Slutsats

Metoderna för livsmedelsinköp i svenska hushåll visar sig i stor utsträckning vara oförändrade i och med utbrottet av Covid-19. Däremot har inköpsfrekvensen för antal inköpstillfällen minskat. Inköpen har i viss mån även ökat i storlek vilket kan bero på social distansering och andra förebyggande åtgärder som rekommenderats av organisationer och myndigheter. Det uppvisas ingen oro för att maten ska ta slut, däremot har en majoritet i någon mån handlat mer mat för att undvika att smitta andra eller själv bli smittad. Respondenterna med eftergymnasial utbildning visade att de i högre grad handlat mer mat i förebyggande syfte. Detta kan bero på att människor med högre utbildningsnivå är mindre benägna att ta risker (Wang, 2013). Minskat antal inköpstillfällen kan resultera i en förändring i val av livsmedel. En ökning i inköp av pasta, ris och torrvaror har observerats, alltså varor med lång hållbarhet, vilket är varor MSB rekommenderar i kris- eller krigstider (MSB, 2018). Vidare har även måltidskonsumtionen i hemmet förändrats, då fler äter hemma. Kvinnor äter i större mån fler måltider i hemmet, både innan och under utbrottet av Covid-19. Detta kan bero på att män i högre utsträckning tjänar mer, vilket enligt (Seguin et. al, 2016) resulterar i fler måltider utanför hemmet.

Denna undersökning skulle definitivt kunna vidareutvecklas i en kvalitativ undersökning för att ta fram information om varför resultatet blev såhär genom intervjuer med de målgrupper som visat sig utgöra en skillnad i denna undersökning. Vi har samlat in data i realtid under pandemins gång, men studien hade eventuellt kunnat göras om i en senare kvantitativ undersökning med ungefär samma upplägg, då folk fått ett bredare perspektiv och därmed ha en större överblick i sina beteenden under pandemin kontra efter att pandemiutbrottet är över.

Referenser

- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Johanneshov: TPB.
- Bults, M., Beaujean, D., de Zwart, O., Kok, G., van Empelen, P., van Steenberg, J., ... Voeten, H. (2011). Perceived risk, anxiety, and behavioural responses of the general public during the early phase of the Influenza A (H1N1) pandemic in the Netherlands: results of three consecutive online surveys. *BMC Public Health*, 11(1), 2. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-11-2>
- Cranfield, J. A. (2020). Framing consumer food demand responses in a viral pandemic. *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue canadienne d'agroeconomie*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1111/cjag.12246>
- Folkhälsomyndigheten. (2020). Folkhälsomyndighetens föreskrifter och allmänna råd om allas ansvar att förhindra smitta av covid-19 m.m. Stockholm: Folkhälsomyndigheten.
- Forslund, B. (1985). *Beredskapsdagbok 1939–45*. Täby: Larson
- Gao, C., & Liu, J. (2017). Network-Based Modeling for Characterizing Human Collective Behaviors During Extreme Events. *IEEE Transactions on Systems, Man and Cybernetics: Systems*. 47(1). 171-183. <https://doi.org/10.1109/TSMC.2016.2608658>
- Gavriilidis, G., Gavriilidou, N. N., Pettersson, E., Renhammar, E., Balkfors, A., & Östergren, P. O. (2014). Empowerment evaluation of a Swedish gender equity plan. *Global health action*, 7, 23710. <https://doi.org/10.3402/gha.v7.23710>
- Gerhold, L. (2020). *COVID-19: Risk perception and Coping strategies*. PsyArXiv. <https://doi.org/10.31234/osf.io/xmpk4>
- Ghersetti, M. & Andersson Odén, T. (2010). *Pandemin som kom av sig: om svininfluensan i medier och opinion*. Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
- Google Trends. 2020. *Sökord: Toalettpapper*. Google Inc. Hämtad 2020-05-19 från <https://trends.google.com/trends/explore?date=2020-03-01%202020-05-19&geo=SE&q=Toalettpapper>
- ICA-Gruppen. (2020). ICA-butikernas försäljning i mars 2020. Hämtad 2020-05-04 från <https://news.cision.com/se/ica-gruppen-ab/r/ica-butikernas-forsaljning-i-mars-2020,c3082834>
- Jones, E. (2020, 26 mars). ”Som ung och frisk individ så är ens stora uppgift att skydda de gamla”. *Dagens Nyheter*. Hämtad 2020-05-04 från <https://www.dn.se/insidan/som-ung-och-frisk-individ-sa-ar-ens-stora-uppgift-att-skydda-de-gamla/>
- Ju, S. (2020). Changes in Eating-Out Frequency according to Sociodemographic Characteristics and Nutrient Intakes among Korean Adults. *Iranian Journal of Public Health*, 49(1), 46-55.

- Kalmbach, K., Marklund, A., & Åberg, A. (2020). Crises and technological futures: experiences, emotion, and action. *Technology and Culture*, 61(1), 272-281. <https://doi.org/10.1353/tech.2020.0001>
- Liu, A., & Niyongira, R. (2017). Chinese consumers food purchasing behaviors and awareness of food safety. *Food Control*, 79, 185–191. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2017.03.038>
- Morton, T.A., & Duck, J.M. (2001). Communication and Health Beliefs: Mass and Interpersonal Influences on Perceptions of Risk to Self and Others. *Communication Research*, 28(5), 602–626. <https://doi.org/10.1177/009365001028005002>
- Olivius, E. & Rönnblom, M. (2017). Feminism i företagsform? [Elektronisk resurs] Konsultbranschen som en arena för jämställdhetsarbete. *Tidsskrift for kjønnforskning*. (41:1, 73–94). Hämtad från <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:kau:diva-70138>
- Reluga, T. C. (2010). Game theory of social distancing in respons to an epidemic. *PLoS computational biology*. 6(5). e1000793. <https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1000793>
- Seguin, R., Aggarwal, A., Vermeulen, F., & Drewnowski, A. (2016). Consumption Frequency of Foods Away from Home Linked with Higher Body Mass Index and Lower Fruit and Vegetable Intake among Adults: A Cross-Sectional Study. *Journal of Environmental and Public Health*, 3074241 12. <https://doi.org/10.1155/2016/3074241>
- Sharot, T. (2011). The Optimism Bias. *Current Biology*, 21(23), r941-r945. <https://doi.or/10.1016/j.cub.2011.10.030>
- Shafer-Landau, R. (red.) (2013). *Ethical theory: an anthology*. (2nd ed.) Chichester, West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Sjöberg, L. (2003). Riskperception och attityder. *Ekonomisk debatt*, 31, 22–31.
- Sohrabi, Catrin, Zaid Alsafi, Niamh O’Neill, Mehdi Khan, Ahmed Kerwan, Ahmed Al-Jabir, Christos Iosifidis, and Riaz Agha. (2020). World Health Organization Declares Global Emergency: A Review of the 2019 Novel Coronavirus (COVID-19). *International Journal of Surgery*, 76, 71–76. <https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.02.034>
- Sverige. Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB). (2018). Om krisen eller kriget kommer: viktig information till Sveriges invånare. Karlstad: Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB).
- Sveriges Television (SVT). (2020). Bunkring och tomma hyllor i matbutiker. Hämtad 2020-05-04 från <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/vasternorrland/bunkring-och-tomma-hyllor-i-matbutiker>
- Tak, Z., Sun, T. (2011). The rumouring of SARS during the 2003 epidemic in China. *Sociology of Health & Illness*, 33(5). 677-693. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9566.2011.01329.x>

Tidningarnas Telegrafbyrå (TT). (2020, 8 mars). MSB: Finns ingen anledning att bunkra. *Aftonbladet*. Hämtad 2020-05-04 från <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/P9A50e/msb-finns-ingen-anledning-att-bunkra>

Tidningarnas Telegrafbyrå (TT). (2020, 15 mars.) Nej, du behöver inte bunkra toapapper. *Aftonbladet*. Hämtad 2020-05-19 från <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/BR14B9/nej-du-behoover-inte-bunkra-toapapper>

Vetenskapsrådet (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Vetenskapsrådet.

Wang, Y. (2013). Effect of Decision Makers' Education Level on their Corporate Risk Taking. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 41(7), 1225–1229. <https://doi.org/10.2224/sbp.2013.41.7.1225>

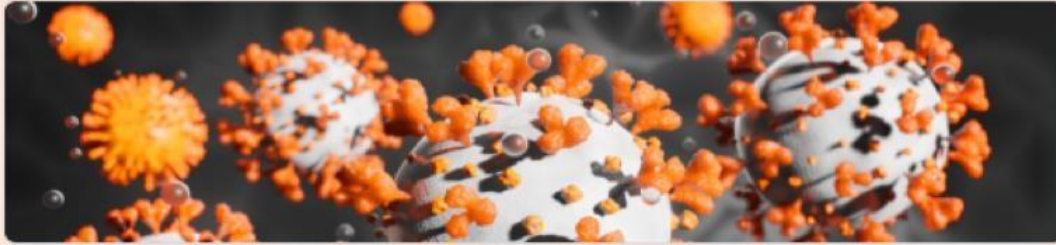
Weinstein, N. D., & Klein, W. M. (1995). Resistance of personal risk perceptions to debiasing interventions. *Health psychology: official journal of the Division of Health Psychology, American Psychological Association*, 14(2), 132–140. <https://doi.org/10.1037//0278-6133.14.2.132>

World Health Organization. (2020). Coronavirus disease (COVID-19) advice for the public. Hämtad 2020-05-13 från <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>

World Health Organization. (2020). *Surveillance strategies for COVID-19 human infection: interim guidance, 10 May 2020 (No. WHO/2019-nCoV/National_Surveillance/2020.1)*. World Health Organization.

Bilagor

Bilaga 1



Förhållningssätt och beteende gällande inköpsvanor och matkonsumtion under en pandemi

Hej,

Detta är en enkät som är en del av ett examensarbete och är formulerad och utformad av två studenter som läser Gastronomiprogrammet på institutionen för Kost- och måltidsvetenskap vid Umeå Universitet. Syftet med enkäten är att undersöka hur konsumtion och förhållningssätt till mat påverkas av den pågående pandemin av Coronaviruset, Covid-19.

Det tar cirka fem minuter att fylla i enkäten och vi skulle vara ytterst tacksamma ifall du väljer att göra det. Enkäten är avsedd för personer över 18 år som bor i Sverige.

Ditt deltagande i studien är helt och hållet frivilligt och du kan närsomhelst välja att avsluta ditt deltagande.

Den insamlade informationen (dina svar) hanteras konfidentiellt vilket innebär att ingen obehörig har tillgång till den informationen. Enkäten kommer att bevaras i det webbaserade enkätverktyget Google Forms och all insamlad data kommer att förstöras när examensarbetet har godkänts och betyget blivit registrerat i Umeå universitets studieregister. Det sammanställda resultatet från undersökningen kommer att presenteras i examensarbetet som senare kommer publiceras i det Digitala Vetenskapliga Arkivet (DIVA).

Efter avslutad enkät har du rätt att begära begränsning eller radering av din medverkan i studien. Detta gör du genom att ta kontakt med oss och ange din personliga kod som anges i början av enkäten.

Kontaktuppgifter: Albin - carlalbinkauppi@gmail.com Lydia - lydiamalm@gmail.com

*Obligatorisk

Jag har informerats om studien och samtycker till att delta. (Om du inte samtycker till att delta, kan du avsluta denna enkät genom att kryssa ner fönstret) *

Ja

Om du vill ha möjlighet att begränsa eller radera svaren efter inskickad enkät ber vi dig skriva in en kod (Minst 8 tecken) så vi har möjlighet att hitta dina enkätsvar.

Ditt svar _____

Kön *

- Kvinna
- Man
- Annat
- Vill ej ange

Ålder *

Ditt svar _____

Din huvudsakliga sysselsättning *

Välj ▼

Om din huvudsakliga sysselsättning är heltids- eller deltidsarbete, vilken yrkesbransch jobbar du inom?

Välj ▼

Senast avslutad utbildning *

Välj ▼

Boendesituation *

Välj



Vilket län bor du i? *

Välj



Bor du i tätort eller i glesbygd? *

Tätort

Glesbygd

Förhållningssätt och beteende gällande inköpsvanor och matkonsumtion under en pandemi

*Obligatorisk

Konsumtion och förhållningssätt till mat i relation till utbrottet av Covid-19

Dessa frågor är till för att skapa en bild av konsumtion och beteende kring matrelaterade frågor med anledning av rådande coronavirus-pandemi.

Fyll bara i ett svar per rad i formuläret.

Hur ofta handlar du/ditt hushåll hem livsmedel? (Vänligen fyll i max 1 ruta per rad.)

*

	1-3 gånger i månaden	1 gång i veckan	2-3 gånger i veckan	4-5 gånger i veckan	6-7 gånger i veckan	Fler än 7 gånger i veckan
Innan rådande pandemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I dagsläget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

På vilket sätt handlar du/ditt hushåll hem livsmedel? (Vänligen fyll i max 1 ruta per rad.) *

	Handlar hem mat via nätet	Handlar mat i butik	Handlar i både i butik och via nätet	Jag får hjälp att handla hem varor
Innan rådande pandemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I dagsläget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hur har dina/ditt hushålls inköpsvanor gällande dessa livsmedelsgrupper förändrats med orsak av rådande pandemi? (Vänligen fyll i max 1 ruta per rad.) *

	Handlar mindre	Handlar varken mer eller mindre	Handlar mer
Potatis, kål, morötter eller andra rotfrukter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ägg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mjukt bröd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Knäcke, kex, skorpor eller liknande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mejeriprodukter - Mjök, ost, grädde, yoghurt osv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konserver eller tuber - Tonfisk, räkost, ravioli osv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Färdigkokta bönor, linser eller liknande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pasta, ris och matvete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Färska kött- eller fiskprodukter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Frysta kött- eller fiskprodukter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Torrvaror - Mjöl, gryn, nötter osv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kaffe/Te	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Färska frukter och grönsaker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Frysta frukter och grönsaker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Måltidsersättningar/Energibars	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vatten på flaska	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sojadryck, havredryck, tormjölkpulver osv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inlagda grönsaker - Sparris på burk, saltgurka, pickles osv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Färdigrätter, färska och frysta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hur många måltider konsumerar du i hemmet per dag? (Måltid i detta fall definieras som exempelvis frukost, mellanmål osv.)(Vänligen fyll i max 1 ruta per rad.) *

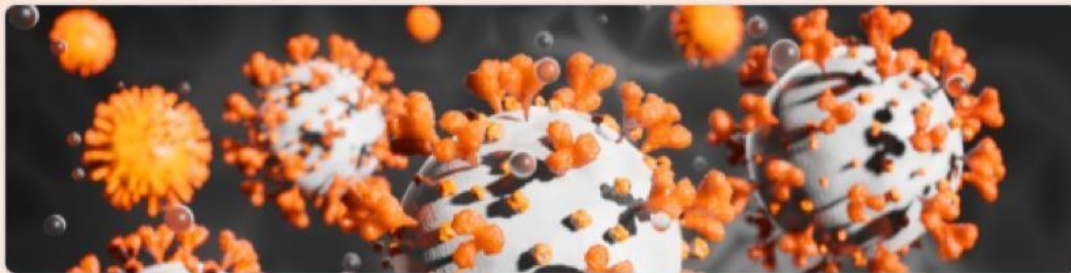
	1 måltid eller mindre	2 måltider	3 måltider	4 måltider	5 måltider	6-7 måltider	8 eller fler måltider
Innan rådande pandemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I dagsläget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

I vilken utsträckning instämmer du till följande påståenden? (Vänligen fyll i max 1 ruta per rad.) *

	1 Instämmer inte alls	2	3	4	5	6	7 Instämmer helt
"Jag är orolig för att maten ska ta slut i i livsmedelsbutikerna inom en snar framtid"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
"Jag har handlat mer mat eftersom jag vill undvika offentliga platser där jag kan bli smittad"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
"Jag har handlat mer mat i förebyggande syfte om jag blir sjuk och inte kan lämna hemmet"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bakåt

Nästa



Förhållningssätt och beteende gällande inköpsvanor och matkonsumtion under en pandemi

Tack för ditt medverkande i vår studie!

Vill du ta del av resultatet av vår studie? Kontakta oss på lydiamalm@gmail.com eller carlabinkauppi@gmail.com. Tack.

Bakåt

Skicka

Skicka aldrig lösenord med Google Formulär

Det här innehållet har varken skapats eller godkänts av Google. [Anmäl otillåten användning](#) - [Användarvillkor](#) - [Sekretesspolicy](#).

Google Formulär