

# Konsumentbarometern

2016, december

## Konsumenternas förtroende högt inför julen

Konsumenternas förtroendeindikator var i december 19,5, medan den i november var 17,6 och i oktober 15,8. Förtroendet för ekonomin var senast lika starkt i februari 2011. I december i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 2,4. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,7. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–19 december 1 205 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 12/2016

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades i december förväntningarna på den egna och på Finlands ekonomi samt på den allmänna arbetslösheten jämfört med november. Synen på hushållets möjligheter att spara var oförändrad. Jämfört med motsvarande period i fjol förstärktes alla delfaktorer betydligt i december.

I december var konsumenternas syn på Finlands ekonomi mycket ljus samtidigt som synen på arbetslöshetsutvecklingen var optimistisk. Däremot var förväntningarna på konsumenternas egen ekonomi alltför försiktiga. Konsumenterna ansåg dock att hushållets möjligheter att spara är goda under de följande 12 månaderna.

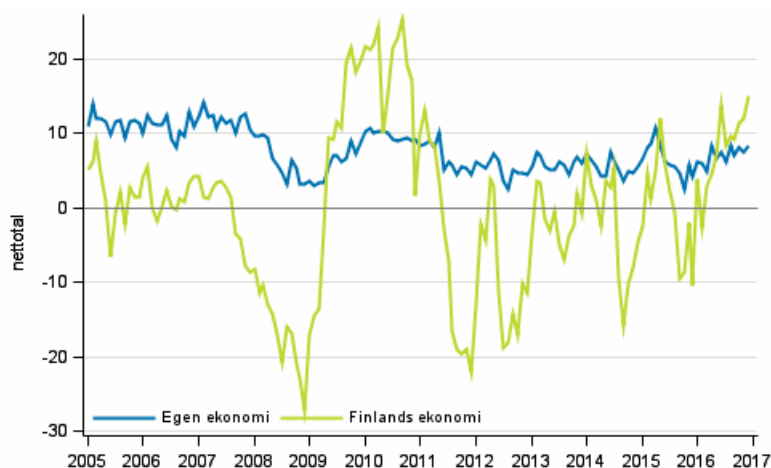
I december tyckte konsumenterna att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror och särskilt för att ta lån, men inte gynnsam för att spara. Under den senaste tiden har sysselsatta konsumenters oro över att själva råka ut för arbetslöshet minskat jämfört med motsvarande period året innan.

### Egen och Finlands ekonomi

I december trodde 45 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Femton procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i november 42 och 16 procent och för ett år sedan i december pessimistiska 24 och 38 procent.

I december litade 27 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 13 procent befarade att den blir sämre inom ett år. För ett år sedan var andelarna 23 och 16 procent.

### Konsumenternas förväntningar på den egna ekonomin och Finlands ekonomi om ett år



### Arbetslöshet och inflation

I december litade 37 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och 23 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. En månad tidigare var motsvarande andelar 34 och 28 procent och för ett år sedan dystra 10 och 60 procent.

Av de sysselsatta antog 13 procent i december att risken för arbetslösheten minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 17 procent antog att risken hade ökat. Av de sysselsatta upplevde 23 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I december bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,6 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärde för inflationsförväntningarna är 2,2 procent. Konsumenterna uppskattade att inflationen för närvarande är 1,2 procent. I december i fjol var värdet lägre, dvs. 0,8 procent.

### Köp av kapitalvaror

Fyrtiosju procent av konsumenterna bedömde i december att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. De allmänna planerna på att använda pengar var fortfarande mycket återhållsamma. Färre än vanligt, dvs. 15 procent av hushållen, hade för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil och bara 5 procent bostad inom ett år. I december planerade 19 procent av hushållen att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

## Sparande och låntagning

I december bedömde 53 procent av konsumenterna att tidpunkten att spara var god. Långtidsmedelvärdet är 58 procent. Av hushållen hade 67 procent sparat och 80 procent trodde att de kan spara under det följande året.

Av konsumenterna ansåg 70 procent i december att det är fördelaktigt att ta lån. Långtidsmedelvärdet är 62 procent. Av hushållen planerade 13 procent att ta lån inom ett år.

## Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I december var konsumenternas förtroende för ekonomin starkt i hela landet, med undantag av Östra Finland. Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän och företagare de mest optimistiska. Minst optimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var arbetslösa.

## Förekomsten av apparater i hushållen i november

I november hade redan 85 procent av hushållen med personer i åldern 15–84 år dator och 88 procent internetförbindelse. Femtiotre procent av hushållen hade skaffat en surfplatta. Sjuttiosju procent av hushållen ägde minst en smarttelefon och 18 procent kroppsnära datateknik såsom aktivitetsarmband, smartklockor eller smarta glasögon.

I november hade 31 procent av hushållen smart-tv. I nästan lika många hushåll fanns en spelkonsol och i vissa till och med en fjärrstyrd kamerakopter. I november ägde 80 procent av hushållen en personbil. Mera information om hur vanligt det är med apparater finns i figurbilagorna 12–15 samt i databastabellen.

## Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	12/2015	11/2016	12/2016	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,7	22,9	-6,5	2,4	17,6	19,5	++
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,3	14,1	2,3	4,2	7,4	8,4	=
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	3,3	25,3	-27,1	-10,4	12,0	14,9	++
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,5	1,6	1,6	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	-4,0	27,6	-51,1	-29,7	2,4	6,3	+
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	-1,4	7,6	-18,8	-5,2	-0,5	-0,8	=
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	18,3	41,8	-14,2	16,8	25,2	21,1	+
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	10,3	36,8	-19,6	4,5	3,5	4,0	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	17,4	42,0	-47,1	20,1	30,8	27,7	+
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,5	52,2	10,9	45,5	48,7	48,5	+

**Nettotalet** erhålls genom att vikta svarsalternativen och subtrahera den procentuella andelen nekande svar från den procentuella andelen jakande svar på en fråga. **Konsumenternas förtroendeindikator** beräknas som ett genomsnitt av delfaktorernas netttotal. Nettotalen och förtroendeindikatorn kan variera mellan -100 och +100, ju högre (positiv) siffra desto mer optimistisk är synen på ekonomin.

Förklaringar till kolumnen “**Utsikter**”: ++ Mycket goda utsikter, + Goda utsikter, = Neutrala utsikter, - Dåliga utsikter, -- Mycket dåliga utsikter. Nettotalets avvikelse från medeltalet har jämförts med standardavvikelsen.

### **EU-resultat**

Alla EU-länders (säsongrensade) barometerresultat publiceras på EU-kommissionens webbplats: European Commission, DG ECFIN, [Business and Consumer Survey Results](#).

# Innehåll

1. Metoden för konsumentbarometern.....	6
---	---

## Tabeller

### Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter.....	7
--	---

## Figurer

### Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator .....	9
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer.....	9
Figurbilaga 3. Egen ekonomi.....	9
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi .....	10
Figurbilaga 5. Inflation.....	10
Figurbilaga 6. Arbetslöshet.....	10
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att.....	11
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara.....	11
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader.....	11
Figurbilaga 10. Köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt.....	12
Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader.....	12
<b>Förekomsten av apparater i hushållen</b>	
Figurbilaga 12. Förekomsten av apparater och anslutningar i hushållen, november 2016.....	13
Figurbilaga 13. Televisionsapparater i hushållen 2/2000–11/2016 (15–74-åriga målpersoners hushåll).....	13
Figurbilaga 14. Informationsteknik i hushållen 2/2000–11/2016 (15–74-åriga målpersoners hushåll).....	14
Figurbilaga 15. Telefoner och bil i hushållen 2/2000–11/2016 (15–74-åriga målpersoners hushåll).....	14

# 1. Metoden för konsumentbarometern

Konsumentbarometern är en telefonintervjuundersökning (survey) med hjälp av vilken man mäter de finländska konsumenternas uppfattningar – uppskattningar och förväntningar – om den allmänna ekonomiska utvecklingen och det egna hushållets ekonomiska utveckling samt deras planer på att göra anskaffningar, spara eller ta lån. Dessutom utreder man hur allmänna moderna apparater är i hushållen. I konsumentbarometern finns färdiga svarsalternativ (en kvalitativ undersökning).

De första barometerintervjuerna gjordes i november 1987. Ända till 1991 gjordes undersökningen två gånger om året, i maj och november. År 1992 ökade man antalet undersökningsomgångar till fyra: undersökningsmånaderna var februari, maj, augusti och november. Fr.o.m. oktober 1995 har man samlat in konsumentbarometerns uppgifter varje månad på uppdrag av och med delfinansiering från EU-kommissionen.

Till populationen i konsumentbarometern hör 4,5 miljoner personer i åldern 15–84 år och deras 2,6 miljoner hushåll i Finland. Ett urval av 2 350 personer samplas för undersökningen för varje månad. Samma urval används också i datainsamlingen för den finländska reseundersökningen. Undersökningsområdet omfattar hela landet, och konsumentbarometerns uppgiftslämnare representerar landets befolkning ifråga om ålder, kön, bostättningsområde och modersmål.

Konsumentbarometerns intervjuer görs från Statistikcentralens telefonintervjucentral (CATI) under de två eller tre första veckorna av månaden. I december 2016 erhöles svar från 1 205 personer; därmed var bortfallet av svar 48,7 procent (inkl. övertäckning). Bortfallet omfattar förutom dem som vägrade eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunde nå.

Alla svarsuppgifter för konsumentbarometern upphöjs till populationsnivå med hjälp av viktkoefficienter. Viktningen korrigerar effekterna av bortfallet av svar och förbättrar uppgifternas statistiska exakthet. Viktkoefficienterna bildas med en kalibreringsmetod genom att utnyttja sannolikheten för resp. observation att ingå i urvalet. Siffrorna och serierna som publiceras har inte säsongrensats.

# Tabellbilagor

## Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

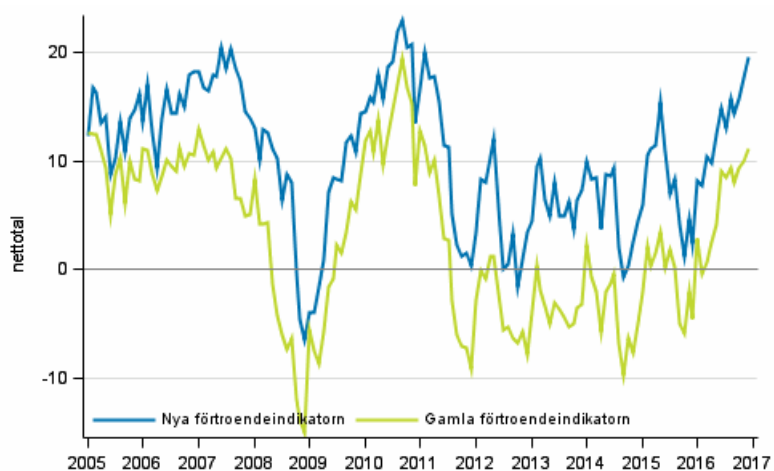
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	12/2015	11/2016	12/2016	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,7	22,9	-6,5	2,4	17,6	19,5	++
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,1	19,4	-15,0	-4,5	9,9	11,2	+
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,4	33,4	9,5	27,8	29,7	29,7	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,4	22,8	-39,1	-20,1	7,2	10,6	+
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,8	9,8	-4,0	1,7	2,4	4,5	=
- Bättre (%)	23,2	30,6	16,4	21,6	20,9	22,5	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	18,7	16,9	15,4	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	4,2	7,4	8,4	=
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	23,4	25,7	27,3	
- Sämre (%)	11,4	17,7	6,6	16,0	12,6	12,6	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-3,3	29,5	-60,9	-35,0	2,6	7,1	+
- Bättre (%)	25,8	62,1	2,0	5,1	29,8	35,5	
- Sämre (%)	28,9	88,5	4,2	60,8	21,4	19,0	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,3	25,3	-27,1	-10,4	12,0	14,9	++
- Bättre (%)	31,2	57,3	11,6	24,5	41,9	45,3	
- Sämre (%)	23,0	57,3	6,0	37,6	15,8	15,1	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	0,8	0,9	1,2	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,5	1,6	1,6	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-4,0	27,6	-51,1	-29,7	2,4	6,3	+
- Mindre (%)	29,7	60,8	6,4	10,3	33,8	36,7	
- Mera (%)	34,9	83,3	6,9	60,2	27,5	22,6	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,4	7,6	-18,8	-5,2	-0,5	-0,8	=
- Minskat (%)	12,8	20,0	5,3	11,7	15,3	13,3	
- Ökat (%)	17,3	31,9	7,9	20,4	17,7	16,9	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,3	41,8	-14,2	16,8	25,2	21,1	+
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	45,6	46,6	47,0	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,3	45,7	17,7	28,8	21,4	25,8	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,3	36,8	-19,6	4,5	3,5	4,0	-
- Bra tid (%)	57,8	80,7	33,4	53,2	51,4	52,9	
- Dålig tid (%)	36,7	58,5	15,5	43,1	43,7	43,2	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,4	42,0	-47,1	20,1	30,8	27,7	+
- Bra tid (%)	62,0	78,2	13,3	62,9	71,4	69,7	
- Dålig tid (%)	30,9	83,4	12,1	32,1	22,9	24,2	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,5	35,1	14,7	33,7	32,9	32,3	+
- Kan spara (%)	59,7	70,0	38,6	66,7	65,5	67,2	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	6,1	5,7	7,1	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	12/2015	11/2016	12/2016	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,5	52,2	10,9	45,5	48,7	48,5	+
- Kan spara (%)	74,0	82,3	56,6	79,2	80,0	80,3	
- Kan inte spara (%)	24,2	40,3	16,5	20,2	19,0	18,0	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,2	17,8	9,1	12,7	12,5	12,5	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,6	4,8	4,8	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,0	7,1	7,7	7,7	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-12,2	-9,6	-11,5	-
- Mera (%)	21,4	30,8	13,9	16,5	19,4	17,1	
- Mindre (%)	32,8	40,4	26,5	33,2	31,8	33,4	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,7	21,7	12,7	15,5	16,7	15,2	-
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	7,4	7,8	7,2	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	8,1	8,9	7,9	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	5,9	7,7	5,4	--
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	2,3	2,7	2,0	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	3,6	5,1	3,5	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	18,7	20,3	18,8	=
- Mycket sannolikt (%)	12,5	19,0	5,0	13,2	14,2	11,9	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	5,5	6,1	6,9	

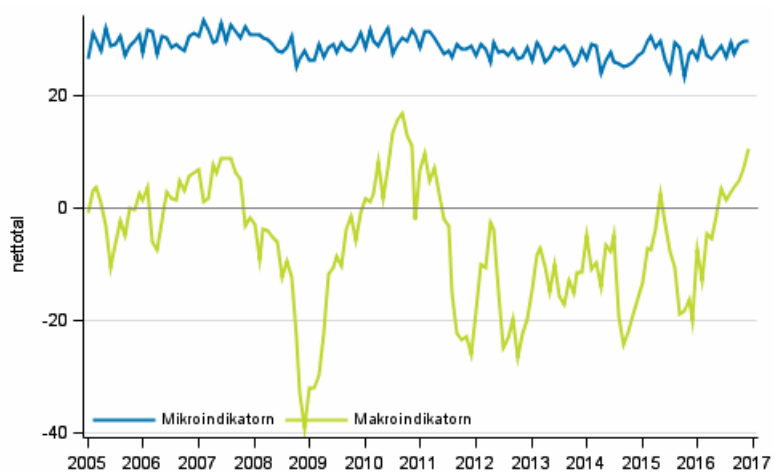


# Figurbilagor

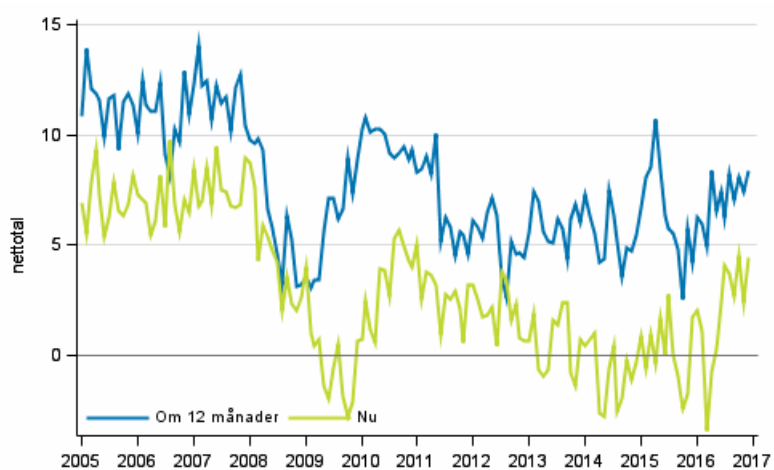
## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



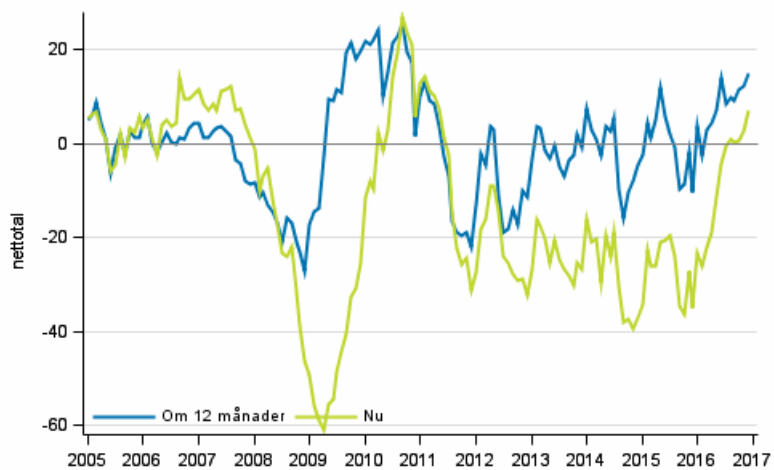
## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



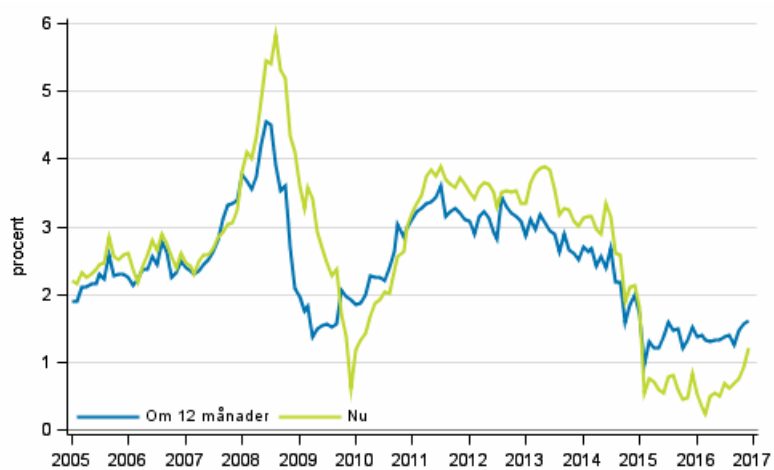
## Figurbilaga 3. Egen ekonomi



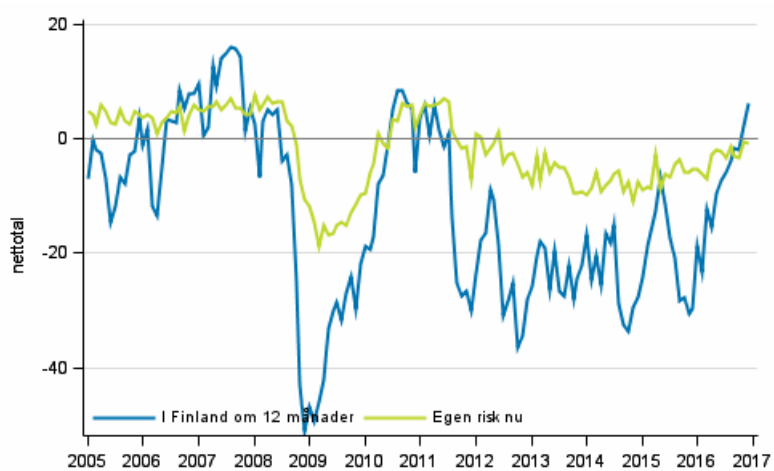
**Figurbilaga 4. Finlands ekonomi**



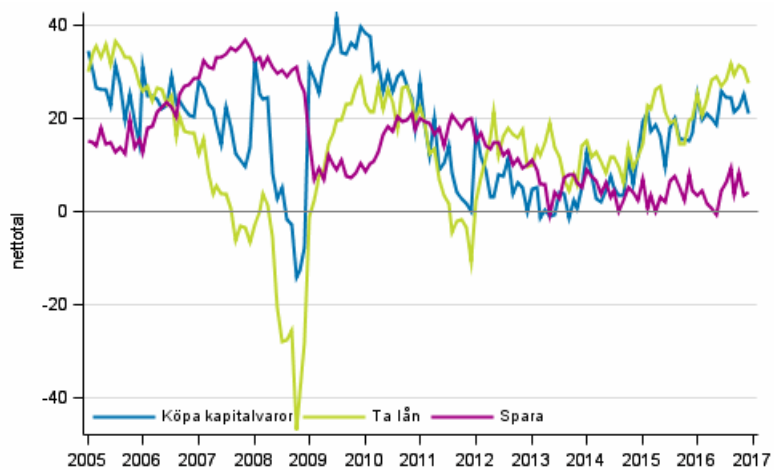
**Figurbilaga 5. Inflation**



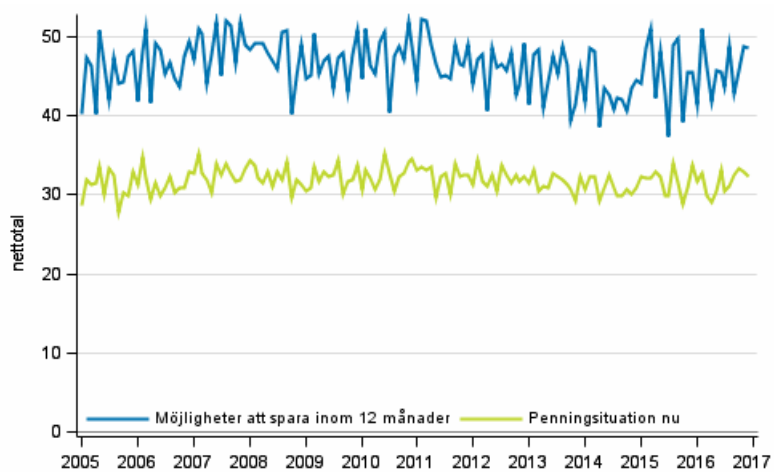
**Figurbilaga 6. Arbetslöshet**



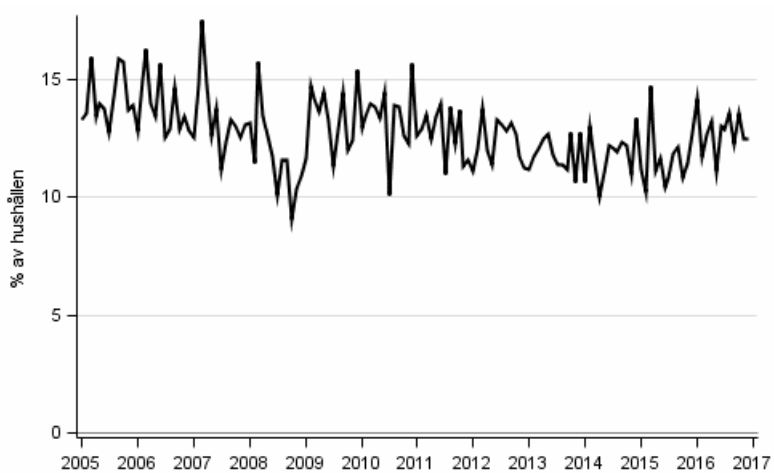
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



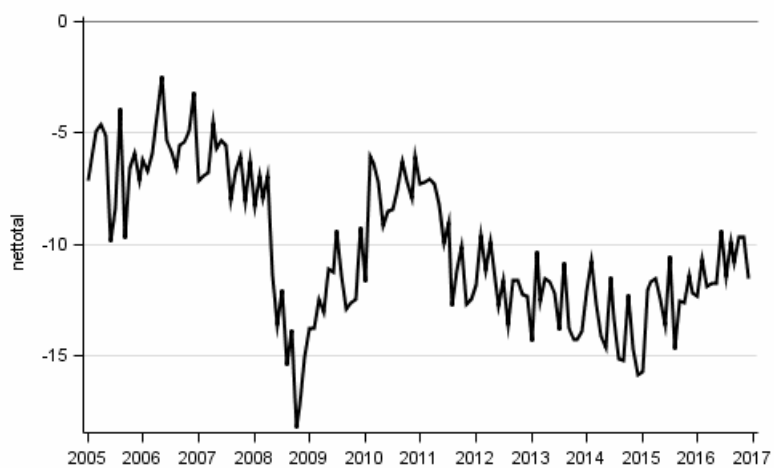
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara**



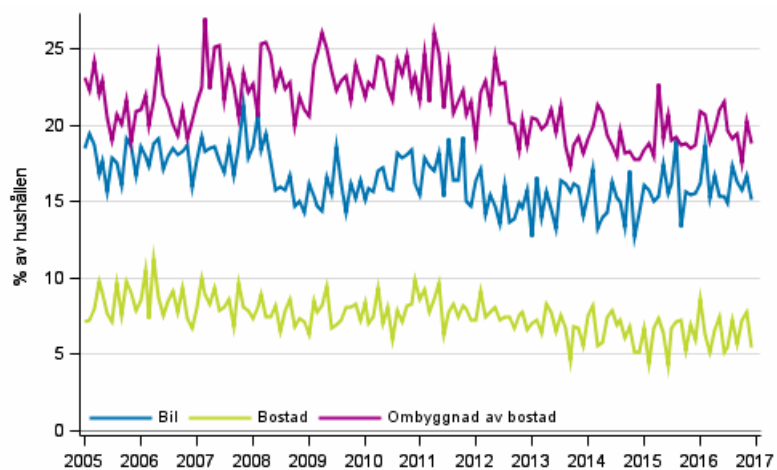
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



**Figurbilaga 10. Köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt**

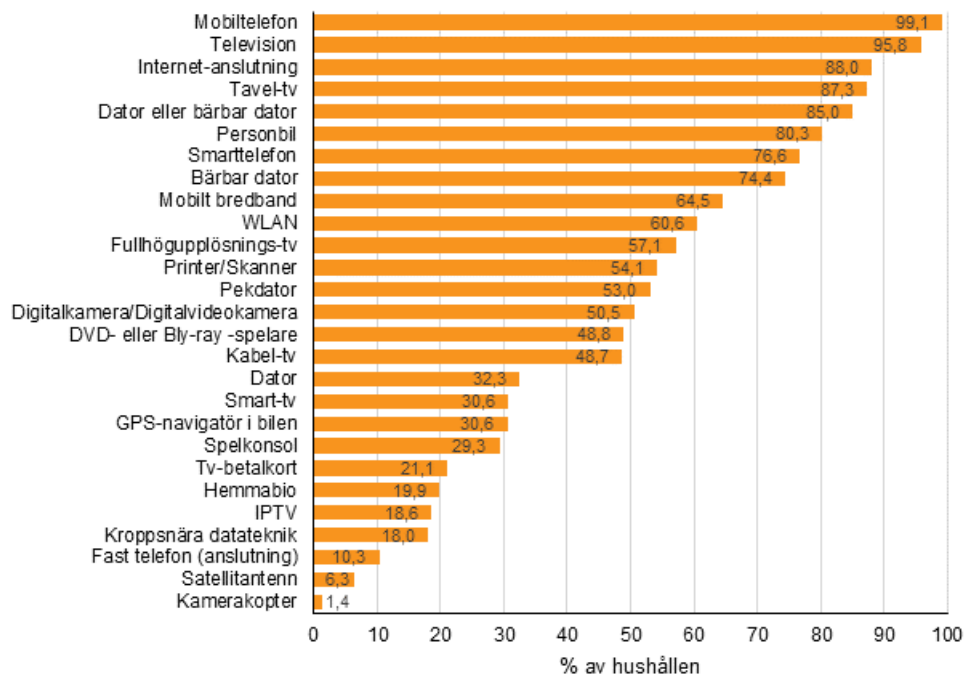


**Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader**

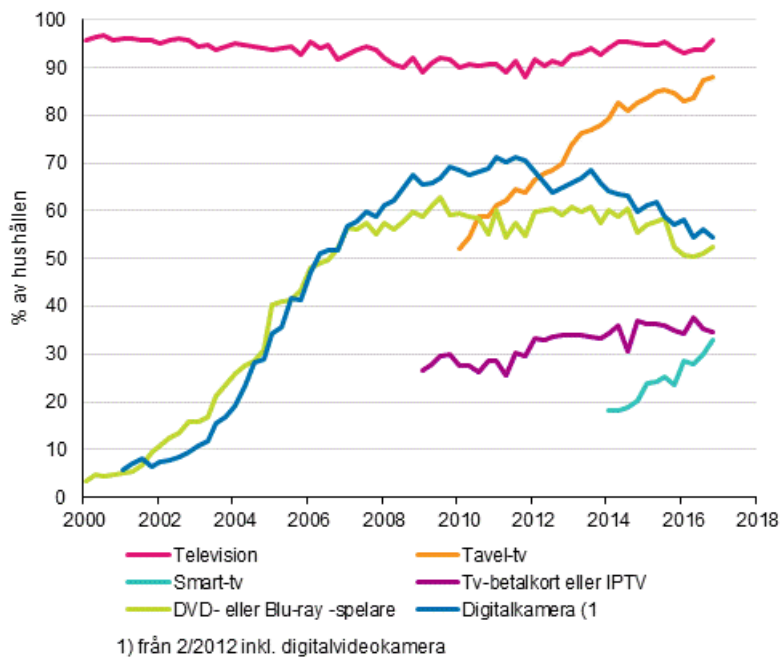


# Förekomsten av apparater i hushållen

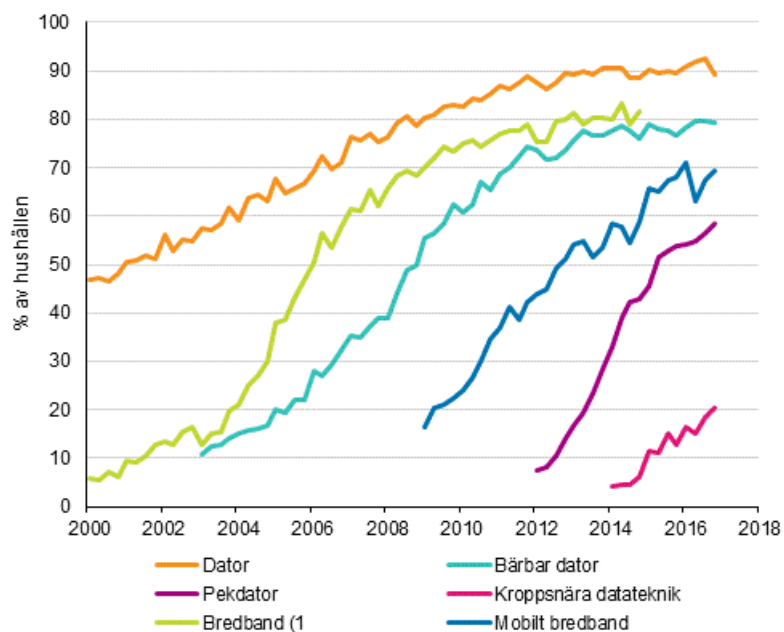
**Figurbilaga 12. Förekomsten av apparater och anslutningar i hushållen, november 2016**



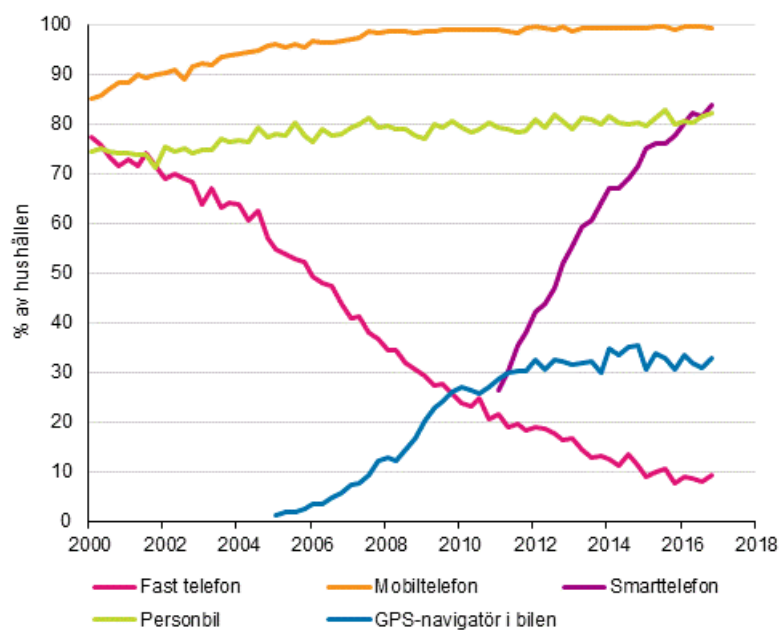
**Figurbilaga 13. Televisionsapparater i hushållen 2/2000–11/2016 (15–74-åriga målpersoners hushåll)**



**Figurbilaga 14. Informationsteknik i hushållen 2/2000–11/2016 (15–74-åriga målpersoners hushåll)**



**Figurbilaga 15. Telefoner och bil i hushållen 2/2000–11/2016 (15–74-åriga målpersoners hushåll)**



## Förfrågningar

Tara Junes 029 551 3322

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Ansvarig statistikdirektör:

Jari Tarkoma

[konsument.barometern@stat.fi](mailto:konsument.barometern@stat.fi)

[www.stat.fi](http://www.stat.fi)

Källa: Konsumentbarometern 2016, december. Statistikcentralen