

# Konsumentbarometern

2017, mars

## Konsumenternas förtroende på rekordnivå i mars

Konsumenternas förtroende för ekonomin har förstärkts ytterligare. Konsumenternas förtroendeindikator var i mars 22,9 medan den i februari var 20,8 och i januari 21,0. Siffran för mars är den högst uppmätta – lika hög var den i september 2010. I mars i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 10,4. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,9. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–17 mars 1 191 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 03/2017

Alla fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator, dvs. förväntningarna på den egna och på Finlands ekonomi, den allmänna arbetslösheten och hushållens möjligheter att spara var något högre i mars jämfört med februari. Jämfört med motsvarande period i fjol visade förtroendeindikatorns delfaktorer en klar förstärkning, med undantag av möjligheterna att spara.

I mars var konsumenternas syn på både den egna och Finlands ekonomi mycket ljusa. Även synen på arbetslöshetsutvecklingen var optimistisk. Konsumenterna ansåg att hushållets möjligheter att spara är goda under de följande 12 månaderna.

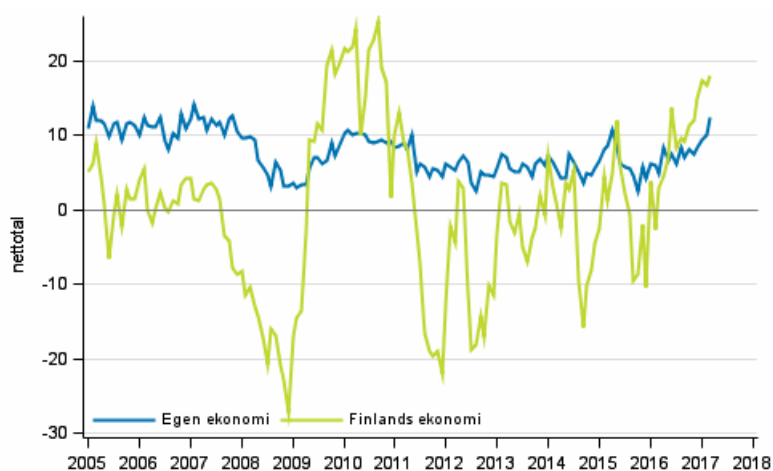
Konsumenterna ansåg i mars att tidpunkten var mycket gynnsam för att ta lån, men inte lika gynnsam för att köpa kapitalvaror eller för att spara. I mars oroade sig sysselsatta konsumenter betydligt mindre för att själva råka ut för arbetslöshet.

### Egen och Finlands ekonomi

I mars trodde 46 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland förbättras under det följande året. Bara 11 procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i februari 47 procent respektive 14 procent och för ett år sedan i mars 36 procent respektive 26 procent.

I mars litade 31 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och bara 9 procent befarade att den blir sämre inom ett år. En månad tidigare var andelarna 29 och 13 procent och för ett år sedan 24 och 15 procent.

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



### Arbetslöshet och inflation

I mars trodde 43 procent av konsumenterna att arbetslösheten minskar under det följande året och 18 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i februari 39 och 21 procent och för ett år sedan dystra 21 och 42 procent.

Av de sysselsatta antog 18 procent i mars att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 13 procent antog att risken hade ökat. Av de sysselsatta upplevde 23 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I mars bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,6 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent. Konsumenterna uppskattade att inflationen för närvarande är 0,9 procent. I mars i fjol var värdet betydligt lägre, dvs. 0,2 procent.

### Köp av kapitalvaror

I mars ansåg 42 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. För ett år sedan var motsvarande andel 47 procent. De allmänna planerna på att använda pengar var återhållsamma i mars. Av hushållen hade 17 procent för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil och 6 procent bostad inom ett år. I mars planerade 19 procent av hushållen att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

## Sparande och låntagning

I mars tyckte 59 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 67 procent sparat och 80 procent trodde att de kan spara under det följande året. Långtidsmedelvärdet för andelen hushåll som sparar är 60 och 74 procent.

I mars uppskattade 73 procent av konsumenterna 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 strområde och befolkningsgrupp

I mars var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen och svagast i Östra Finland. Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän och företagare de mest optimistiska. Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var arbetslösa.

## Förekomsten av apparater i hushållen i februari

I februari hade redan 86 procent av hushållen med personer i åldern 15–84 år dator och 90 procent internetförbindelse. Femtiotre procent av hushållen hade skaffat en surfplatta. Sjuttionio procent av hushållen ägde minst en smarttelefon och 19 procent kroppsnära datateknik såsom aktivitetsarmband, smartklockor eller smarta glasögon.

I februari hade 30 procent av hushållen smart-tv. I nästan lika många hushåll fanns en spelkonsol och i vissa till och med en fjärrstyrd kamerahelikopter. I februari 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-	03/2016	02/2017	03/2017	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,9	22,9	-6,5	10,4	20,8	22,9	++
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,3	14,1	2,3	5,0	10,2	12,4	++
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	3,4	25,3	-27,1	2,9	16,8	17,9	++
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,3	1,6	1,6	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	-3,9	27,6	-51,1	-12,2	9,2	12,1	+
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	-1,4	7,6	-18,8	-6,9	1,3	4,8	+
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	18,4	41,8	-14,2	21,0	16,2	17,0	=
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	10,4	36,8	-19,6	1,7	11,3	12,7	=
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	17,6	42,0	-47,1	24,0	29,1	32,1	++
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,6	52,2	10,9	46,1	46,9	49,1	+

**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, februari 2017.....	13
Figurbilaga 13. Televisionsapparater i hushållen 2/2000–2/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll).....	13
Figurbilaga 14. Informationsteknik i hushållen 2/2000–2/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll).....	14
Figurbilaga 15. Telefoner och bil i hushållen 2/2000–2/2017 (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 konsumentbarometerens 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 konsumentbarometerens uppgiftslämnare representerar landets befolkning ifråga om ålder, kön, bostättningsområde och modersmål.

Konsumentbarometerens intervjuer görs från Statistikcentralens telefonintervjucentral (CATI) under de två eller tre första veckorna av månaden. I mars 2017 erhöles svar från 1 191 personer; därmed var bortfallet av svar 49,3 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

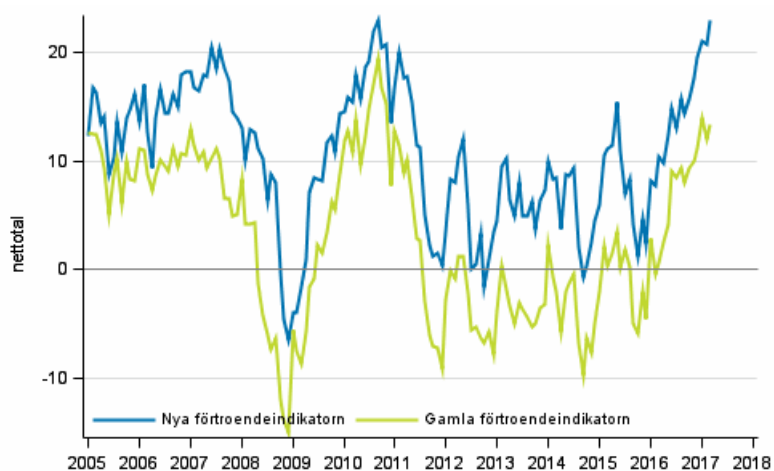
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	03/2016	02/2017	03/2017	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,9	22,9	-6,5	10,4	20,8	22,9	++
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,2	19,4	-15,0	0,7	12,0	13,3	+
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,5	33,4	9,5	27,0	29,4	31,7	++
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,2	22,8	-39,1	-4,7	13,0	15,0	++
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,8	9,8	-4,0	-3,5	3,2	2,7	-
- Bättre (%)	23,2	30,6	16,4	16,4	23,6	21,0	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	21,7	17,6	16,0	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	5,0	10,2	12,4	++
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	23,6	29,1	30,6	
- Sämre (%)	11,4	17,7	6,6	15,4	12,5	9,3	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-3,1	29,5	-60,9	-22,0	13,4	16,7	+
- Bättre (%)	26,0	62,1	2,0	12,5	45,2	46,1	
- Sämre (%)	28,8	88,5	4,2	47,2	16,9	12,6	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,4	25,3	-27,1	2,9	16,8	17,9	++
- Bättre (%)	31,3	57,3	11,6	36,0	47,4	45,8	
- Sämre (%)	22,9	57,3	6,0	25,7	13,6	10,7	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	0,2	1,0	0,9	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,3	1,6	1,6	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,9	27,6	-51,1	-12,2	9,2	12,1	+
- Mindre (%)	29,9	60,8	6,4	21,0	39,5	43,0	
- Mera (%)	34,7	83,3	6,9	41,7	20,8	18,4	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,4	7,6	-18,8	-6,9	1,3	4,8	+
- Minskat (%)	12,9	20,0	5,3	10,0	15,1	17,5	
- Ökat (%)	17,2	31,9	7,9	21,1	17,0	13,3	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,4	41,8	-14,2	21,0	16,2	17,0	=
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	46,7	42,1	41,5	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,3	45,7	17,7	25,6	25,9	24,5	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,4	36,8	-19,6	1,7	11,3	12,7	=
- Bra tid (%)	57,8	80,7	33,4	51,4	58,9	58,6	
- Dålig tid (%)	36,7	58,5	15,5	45,2	36,4	35,9	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,6	42,0	-47,1	24,0	29,1	32,1	++
- Bra tid (%)	62,1	78,2	13,3	65,8	70,9	73,1	
- Dålig tid (%)	30,8	83,4	12,1	29,8	21,9	20,8	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,5	35,1	14,7	29,9	31,3	33,7	++
- Kan spara (%)	59,8	70,0	38,6	65,5	64,9	67,2	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	9,6	8,2	6,4	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	03/2016	02/2017	03/2017	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,6	52,2	10,9	46,1	46,9	49,1	+
- Kan spara (%)	74,1	82,3	56,6	78,8	79,2	79,7	
- Kan inte spara (%)	24,1	40,3	16,5	20,4	19,6	18,6	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,1	17,8	9,1	12,7	12,3	12,6	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	6,0	5,0	5,6	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,0	6,6	7,3	7,0	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-11,9	-13,0	-8,7	=
- Mera (%)	21,4	30,8	13,9	17,5	18,4	20,2	
- Mindre (%)	32,8	40,4	26,5	33,2	33,3	29,7	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,7	21,7	12,7	15,2	14,9	17,1	=
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	6,8	7,2	7,6	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	8,4	7,7	9,5	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	5,2	6,6	5,7	-
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	2,2	2,8	2,2	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	2,9	3,8	3,5	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	18,9	18,0	19,3	=
- Mycket sannolikt (%)	12,5	19,0	5,0	12,4	13,3	12,0	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,5	4,7	7,3	

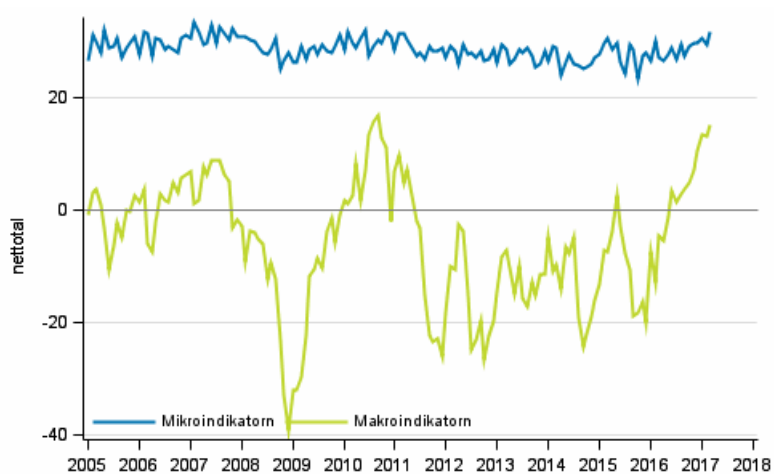


# Figurbilagor

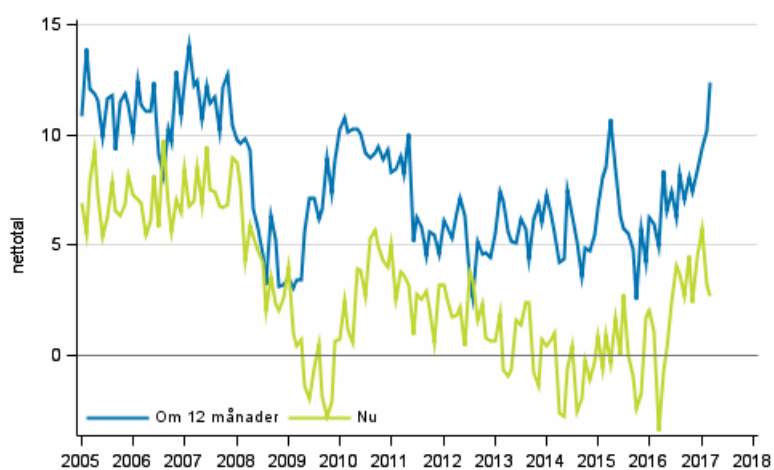
## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



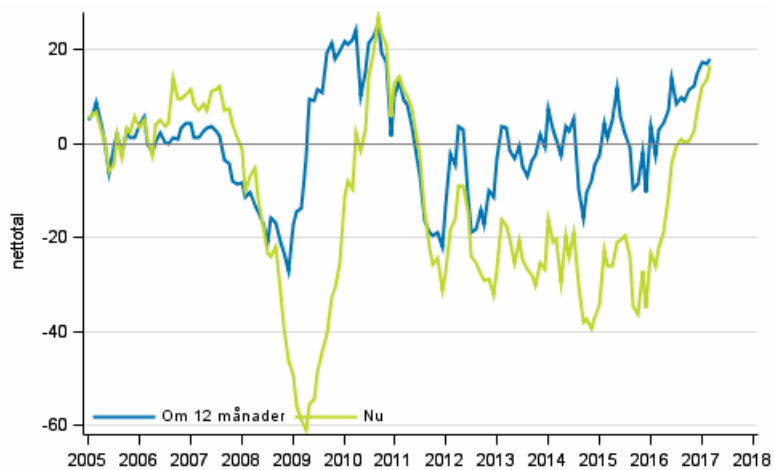
## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



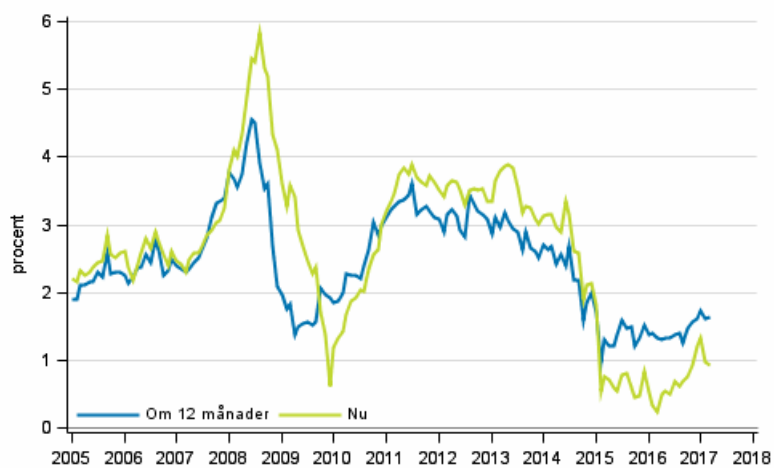
## Figurbilaga 3. Egen ekonomi



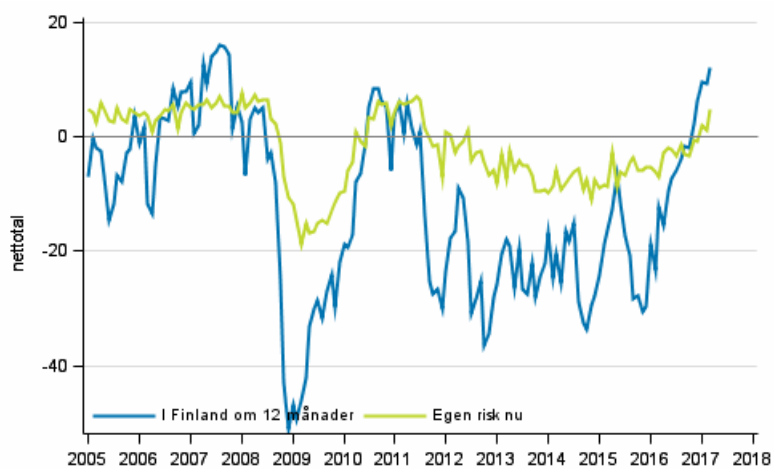
**Figurbilaga 4. Finlands ekonomi**



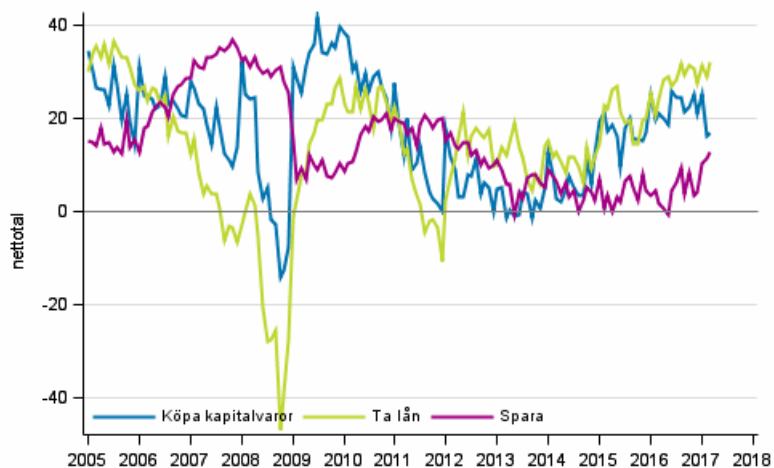
**Figurbilaga 5. Inflation**



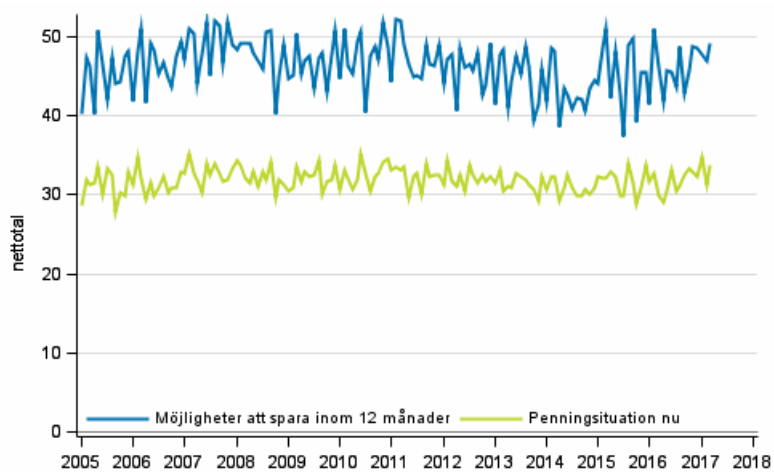
**Figurbilaga 6. Arbetslöshet**



**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



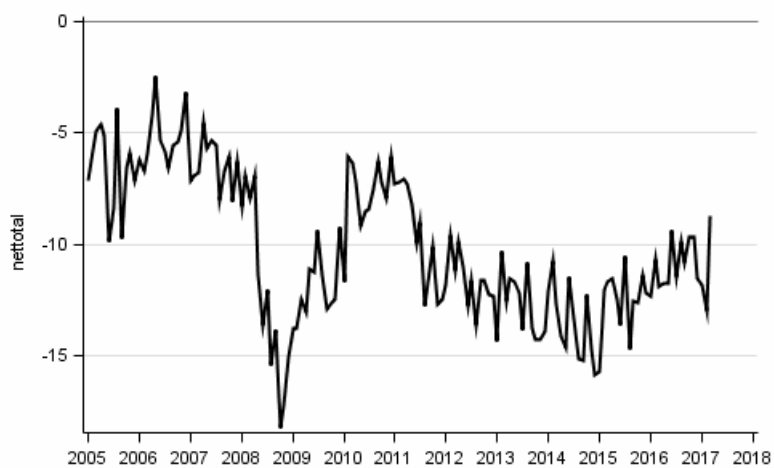
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara**



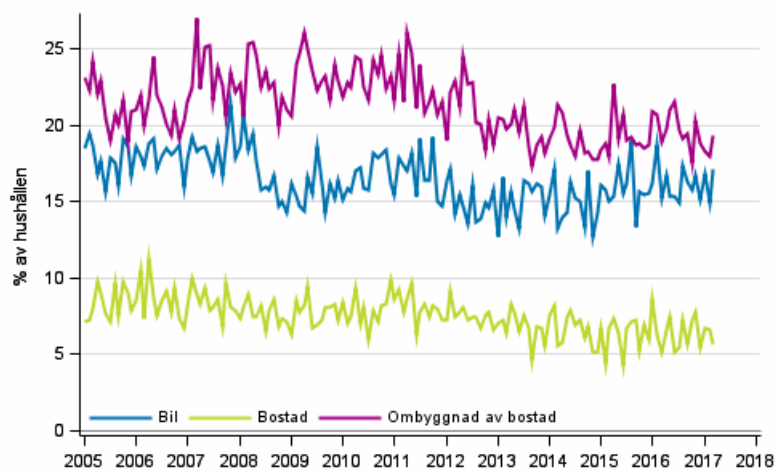
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



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

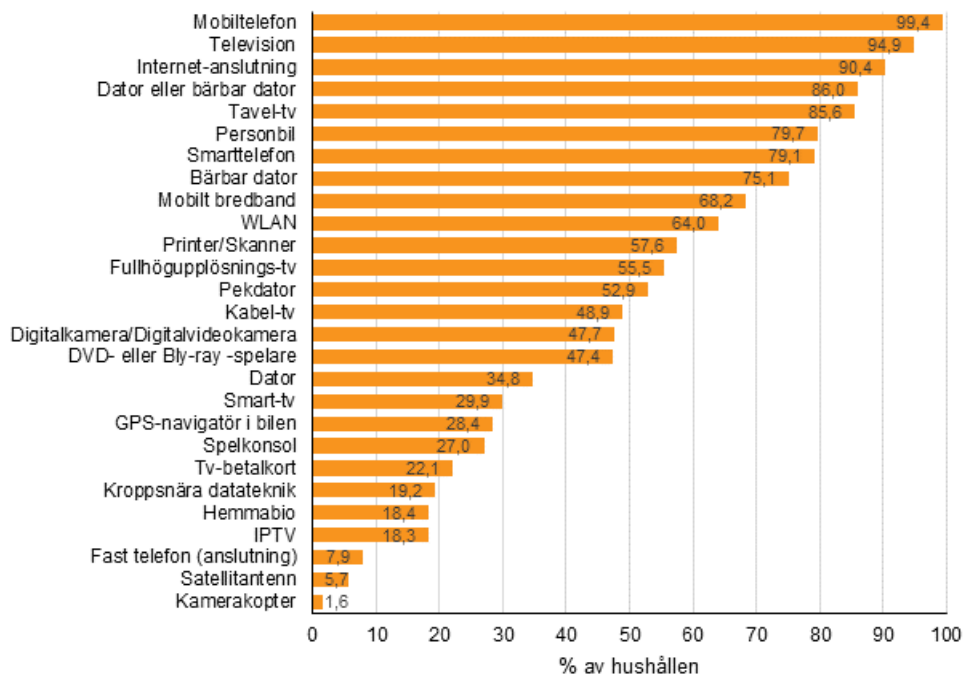


**Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader**

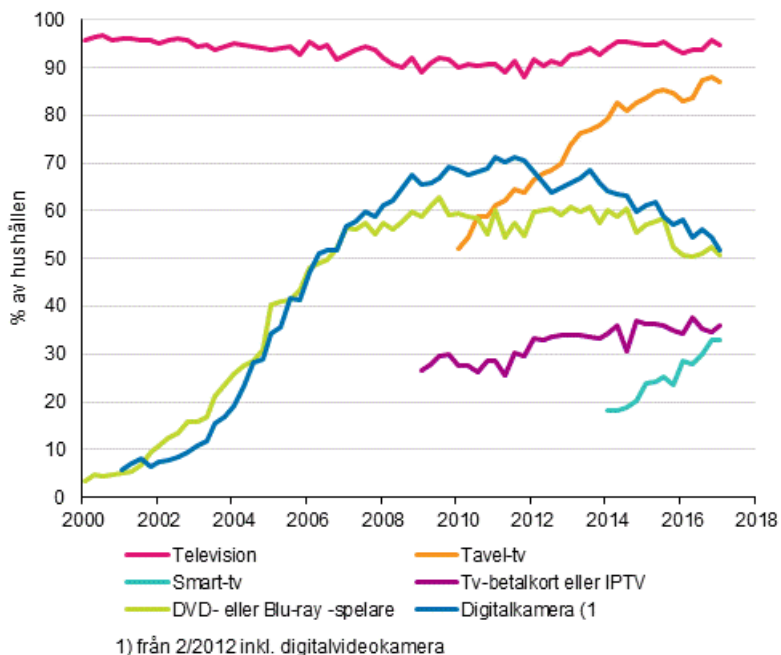


# Förekomsten av apparater i hushållen

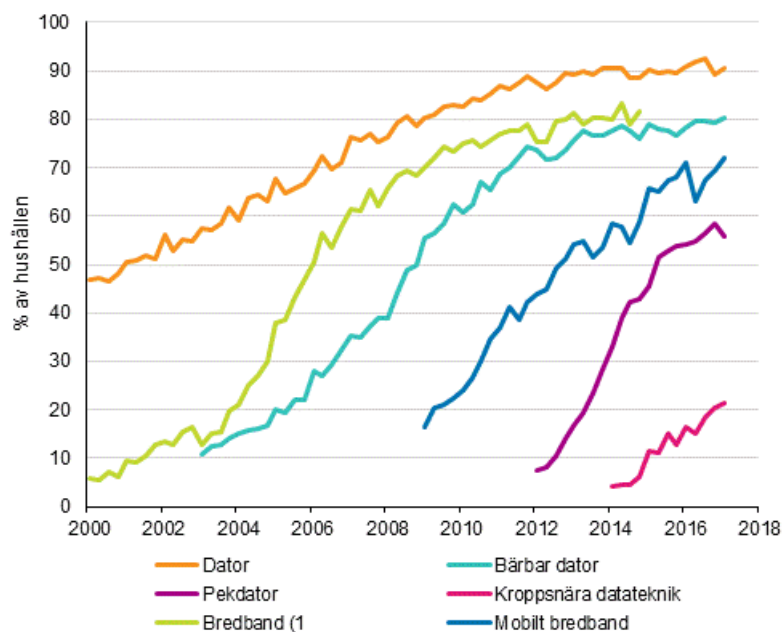
**Figurbilaga 12. Förekomsten av apparater och anslutningar i hushållen, februari 2017**



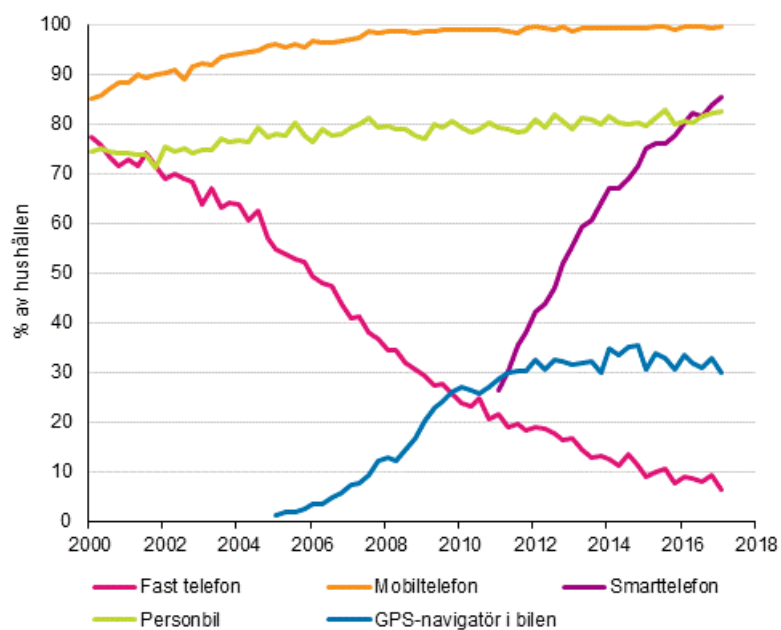
**Figurbilaga 13. Televisionsapparater i hushållen 2/2000–2/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll)**



**Figurbilaga 14. Informationsteknik i hushållen 2/2000–2/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll)**



**Figurbilaga 15. Telefoner och bil i hushållen 2/2000–2/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll)**



## Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Kaisa Lahtinen 029 551 3554

Ansvarig statistikdirektör:

Jari Tarkoma

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

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

Källa: Konsumentbarometern 2017, mars. Statistikcentralen