

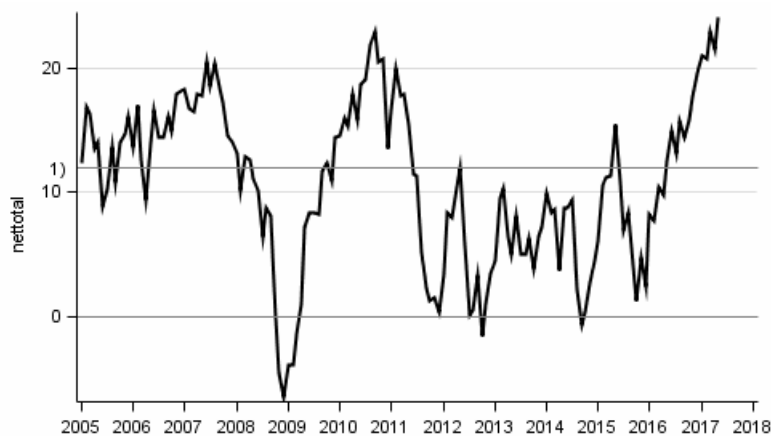
Konsumentbarometern

2017, maj

Konsumenternas förtroende nådde nytt rekord i maj

Konsumenternas förtroendeindikator var i maj 24,1 medan den i april var 21,5 och i mars 22,9. Siffran för maj är den högsta under hela mätningshistorien 1995–2017. I maj i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 12,5. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,9. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 2–17 maj 1 209 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 05/2017

Av delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades i maj förväntningarna på arbetslöshetsutvecklingen och särskilt på hushållens möjligheter att spara jämfört med april. Däremot försvagades konsumenternas syn på den egna ekonomin en aning, medan förväntningarna på Finlands ekonomi var i stort sett oförändrade. Jämfört med motsvarande period i fjol förstärktes alla delfaktorer klart i maj.

I maj var konsumenternas syn på Finlands ekonomi och arbetslöshet mycket ljus. Konsumenternas tro på att arbetslösheten minskar var den starkaste på tio år och synen på Finlands ekonomi var den bästa sedan 2010. Också uppskattningarna om den egna ekonomin och möjligheterna att spara var optimistiska i maj.

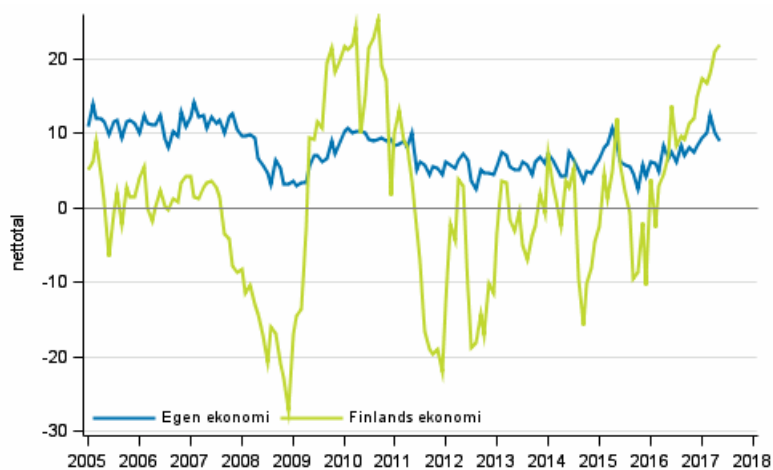
Konsumenterna ansåg i maj att tidpunkten var god för att ta lån och någorlunda god för att spara och köpa kapitalvaror. I maj upplevde sysselsatta konsumenter att risken för att själva råka ut för arbetslöshet har minskat betydligt de senaste månaderna.

Egen och Finlands ekonomi

I maj trodde något fler än hälften, dvs. 52 procent av konsumenterna, att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Bara 9 procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. För ett år sedan i maj var motsvarande andelar 39 och 22 procent.

I maj litade 27 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 12 procent befarade att den blir sämre inom ett år. En månad tidigare var andelarna 28 och 10 procent och för ett år sedan 26 och 14 procent.

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



Arbetslöshet och inflation

I maj litade 47 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och 16 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i april 45 och 19 procent och för ett år sedan dystra 22 och 38 procent.

Av de sysselsatta antog 19 procent i maj att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 14 procent antog att risken hade ökat. Av de sysselsatta upplevde 22 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I maj bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,7 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent. Konsumenterna uppskattade att inflationen för närvarande är 1,1 procent. I maj i fjol var värdet betydligt lägre, dvs. 0,5 procent.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 44 procent i maj att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. De allmänna planerna på att använda pengar visade en liten ökning i maj. Bara 14 procent av hushållen hade dock för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil inom ett år. Av hushållen planerade 8 procent att köpa bostad. I maj planerade 21 procent av hushållen att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

Sparande och låntagning

Totalt 60 procent av konsumenterna ansåg i maj att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 66 procent sparat och rentav 81 procent trodde sig kunna spara under det följande året.

I maj ansåg 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 storområde och befolkningsgrupp

I maj var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen och i Norra Finland. Av befolkningsgrupperna var tjänstemän de mest optimistiska. Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärer och arbetslösa.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	05/2016	04/2017	05/2017	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,9	24,1	-6,5	12,5	21,5	24,1	++
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,3	14,1	2,3	6,6	10,0	9,0	+
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	3,6	25,3	-27,1	7,0	21,1	21,9	++
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,3	1,6	1,7	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	-3,7	27,6	-51,1	-9,4	13,2	15,2	++
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	-1,3	7,6	-18,8	-1,9	4,6	5,8	++
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	18,4	41,8	-14,2	18,7	21,5	19,4	=
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	10,4	36,8	-19,6	-0,7	12,9	12,8	=
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	17,7	42,0	-47,1	28,9	33,3	31,8	+
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,6	52,2	10,9	45,8	41,7	50,2	+

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.....	5
-----------------------------------------	---

Tabeller

Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter.....	6
------------------------------------------------------	---

Figurer

Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator	8
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer.....	8
Figurbilaga 3. Egen ekonomi.....	8
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi	9
Figurbilaga 5. Inflation.....	9
Figurbilaga 6. Arbetslöshet.....	9
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att.....	10
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara.....	10
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader.....	10
Figurbilaga 10. Köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt.....	11
Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader.....	11

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 maj 2017 erhöles svar från 1 209 personer; därmed var bortfallet av svar 48,6 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

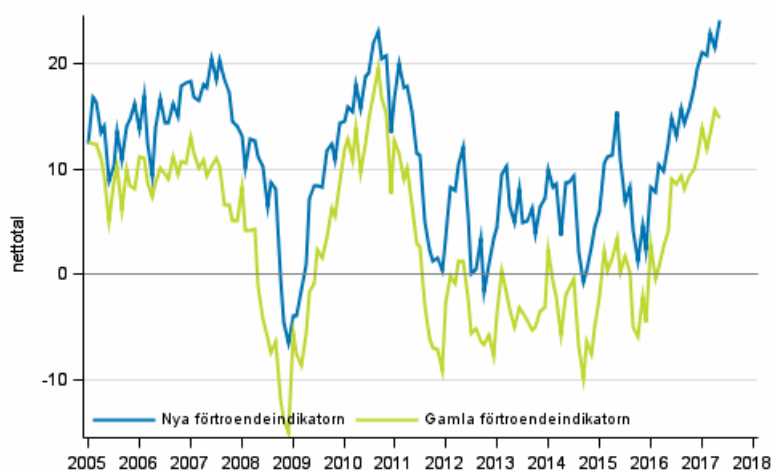
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	05/2016	04/2017	05/2017	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,9	24,1	-6,5	12,5	21,5	24,1	++
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,2	19,4	-15,0	4,2	15,5	14,8	++
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,5	33,4	9,5	27,6	28,5	30,0	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,1	22,8	-39,1	-1,2	17,1	18,6	++
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,8	9,8	-4,0	0,3	3,9	3,9	=
- Bättre (%)	23,2	30,6	16,4	20,0	23,3	23,3	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	20,5	16,5	16,2	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	6,6	10,0	9,0	+
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	26,1	28,1	27,0	
- Sämre (%)	11,4	17,7	6,6	14,2	10,5	11,8	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-2,9	29,5	-60,9	-11,4	21,0	19,7	++
- Bättre (%)	26,2	62,1	2,0	19,3	51,9	52,6	
- Sämre (%)	28,7	88,5	4,2	36,4	10,3	13,2	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,6	25,3	-27,1	7,0	21,1	21,9	++
- Bättre (%)	31,5	57,3	11,6	38,9	51,8	52,0	
- Sämre (%)	22,8	57,3	6,0	22,0	10,0	8,9	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	0,5	1,1	1,1	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,3	1,6	1,7	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,7	27,6	-51,1	-9,4	13,2	15,2	++
- Mindre (%)	30,0	60,8	6,4	22,5	45,4	46,7	
- Mera (%)	34,6	83,3	6,9	37,7	18,7	15,7	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,3	7,6	-18,8	-1,9	4,6	5,8	++
- Minskat (%)	13,0	20,0	5,3	12,7	17,7	19,1	
- Ökat (%)	17,2	31,9	7,9	19,5	13,7	14,5	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,4	41,8	-14,2	18,7	21,5	19,4	=
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	45,1	43,7	43,6	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,2	45,7	17,7	26,4	22,2	24,2	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,4	36,8	-19,6	-0,7	12,9	12,8	=
- Bra tid (%)	57,8	80,7	33,4	47,9	59,9	59,9	
- Dålig tid (%)	36,7	58,5	15,5	48,1	35,0	35,7	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,7	42,0	-47,1	28,9	33,3	31,8	+
- Bra tid (%)	62,2	78,2	13,3	70,0	74,9	72,9	
- Dålig tid (%)	30,7	83,4	12,1	25,4	20,6	19,9	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,6	35,1	14,7	30,4	33,7	30,9	+
- Kan spara (%)	59,9	70,0	38,6	64,1	67,0	66,3	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	8,4	6,6	8,2	

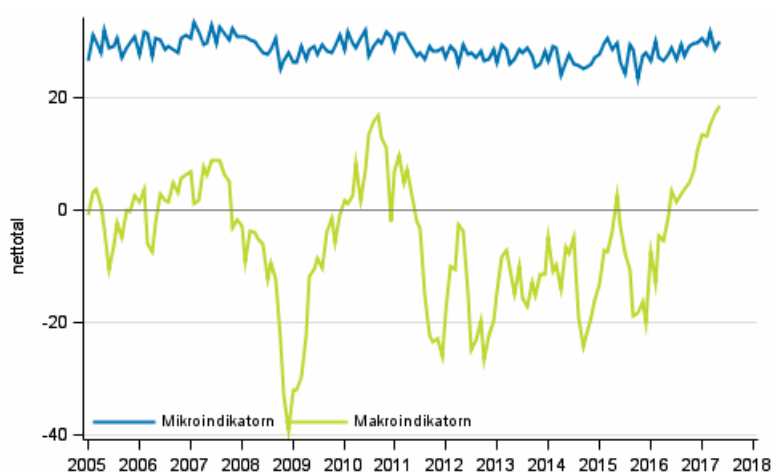
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	05/2016	04/2017	05/2017	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,6	52,2	10,9	45,8	41,7	50,2	+
- Kan spara (%)	74,1	82,3	56,6	78,1	75,0	81,1	
- Kan inte spara (%)	24,1	40,3	16,5	20,8	24,1	18,2	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,1	17,8	9,1	11,1	14,5	12,8	=
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,1	6,8	6,5	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,0	6,0	7,6	6,3	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-11,7	-8,9	-6,4	+
- Mera (%)	21,4	30,8	13,9	17,3	19,9	20,1	
- Mindre (%)	32,7	40,4	26,5	33,4	31,0	27,5	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,7	21,7	12,7	15,3	17,1	14,3	--
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	8,9	9,5	6,5	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	6,4	7,7	7,8	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	7,5	7,6	7,5	+
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	2,8	2,8	2,9	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,7	4,9	4,7	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	21,0	19,2	21,0	+
- Mycket sannolikt (%)	12,5	19,0	5,0	14,1	12,8	14,5	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,9	6,4	6,5	

Figurbilagor

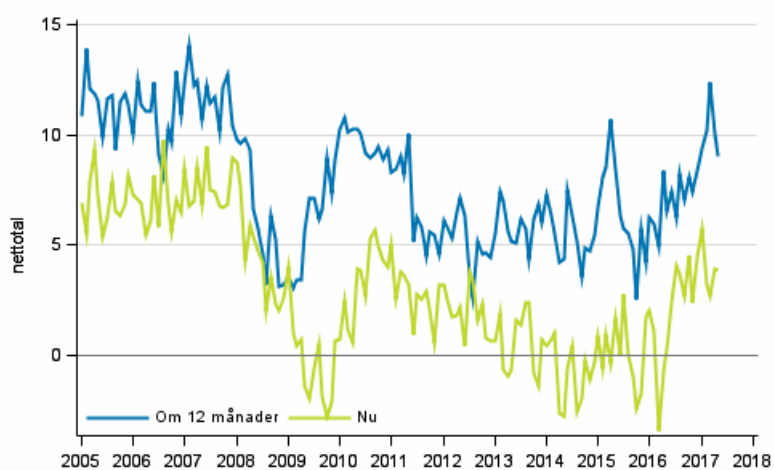
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



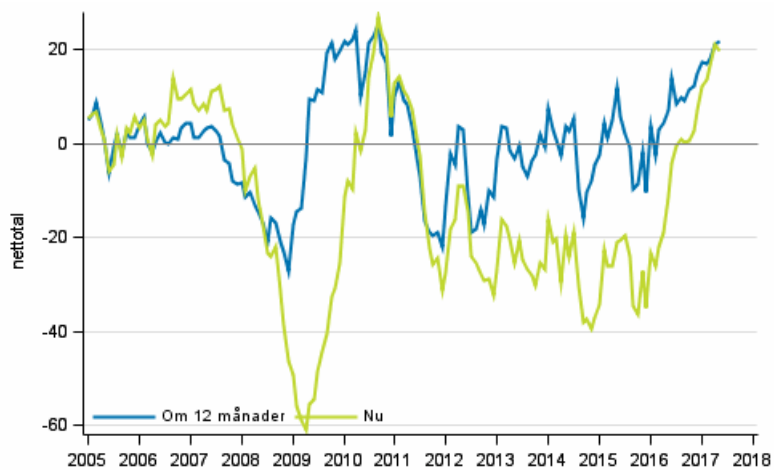
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



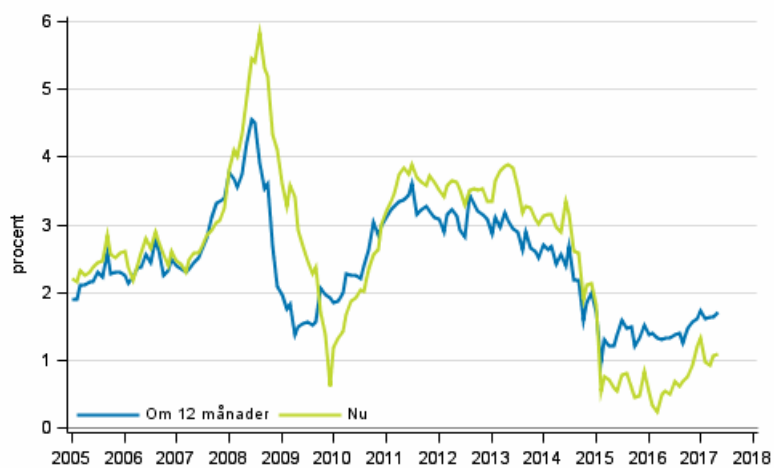
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



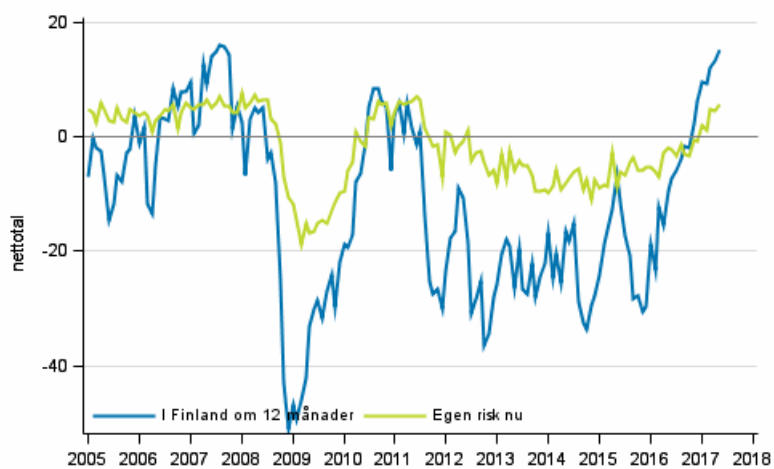
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



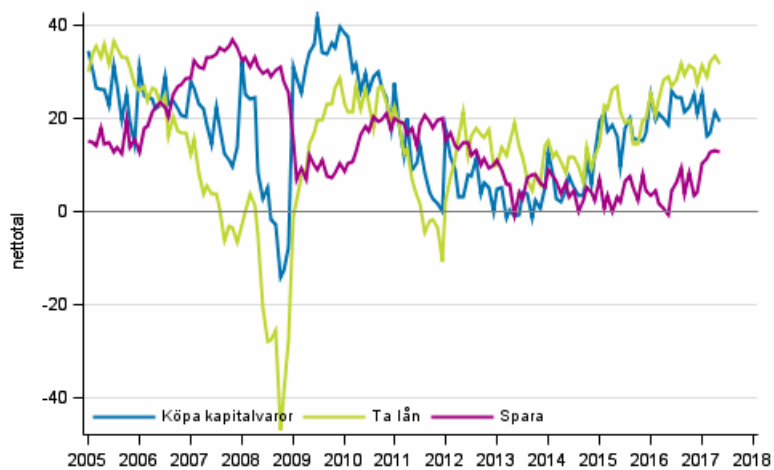
Figurbilaga 5. Inflation



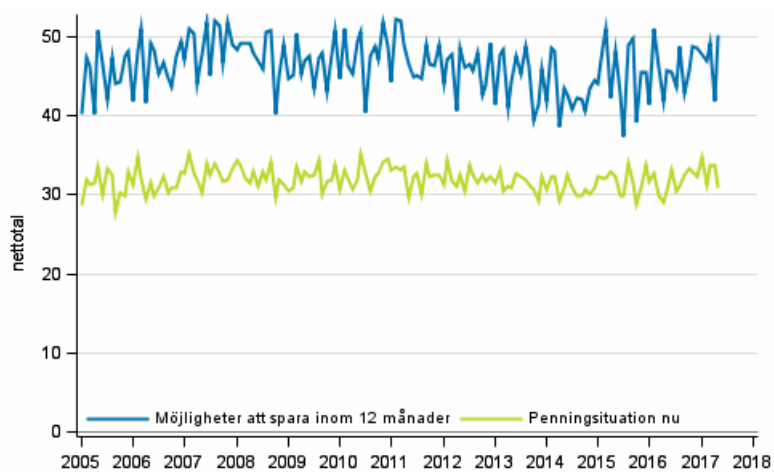
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



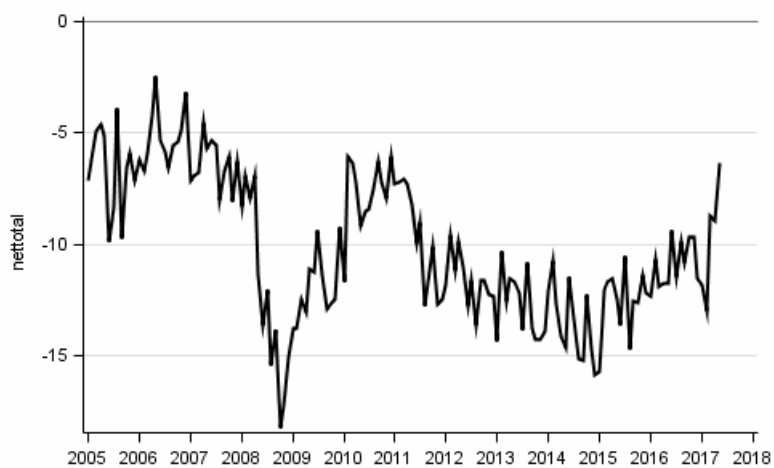
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



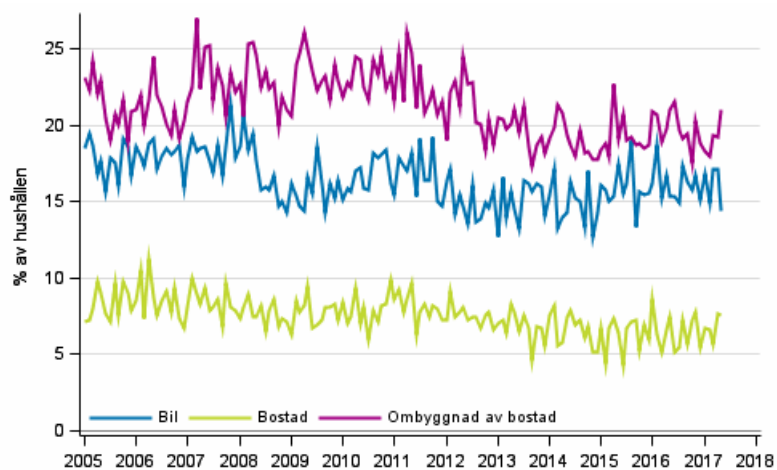
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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



Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader



Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Kaisa Lahtinen 029 551 3554

Ansvarig statistikdirektör:

Jari Tarkoma

konsument.barometern@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2017, maj. Statistikcentralen