

Konsumentbarometern

2017, augusti

Konsumenternas förtroende var fortsättningsvis starkt i augusti

Konsumenternas förtroendeindikator var i augusti 23,5, medan den i juli var 22,8 och i juni 23,9. I augusti i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 15,7. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,1. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–18 augusti 1 213 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 08/2017

Av delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades i augusti förväntningarna på hushållets möjligheter att spara jämfört med juli. Däremot försvagades synen på den egna ekonomin i allmänhet en aning. Förväntningarna på Finlands ekonomi och arbetslöshetsutvecklingen förblev oförändrade. Jämfört med motsvarande period i fjol förstärktes delfaktorerna eller förblev oförändrade i augusti.

I augusti var konsumenternas förväntningar på Finlands ekonomi och syn på arbetslösheten fortsatt mycket optimistiska. Också konsumenternas syn på den egna ekonomin och möjligheterna att spara var positiv i augusti.

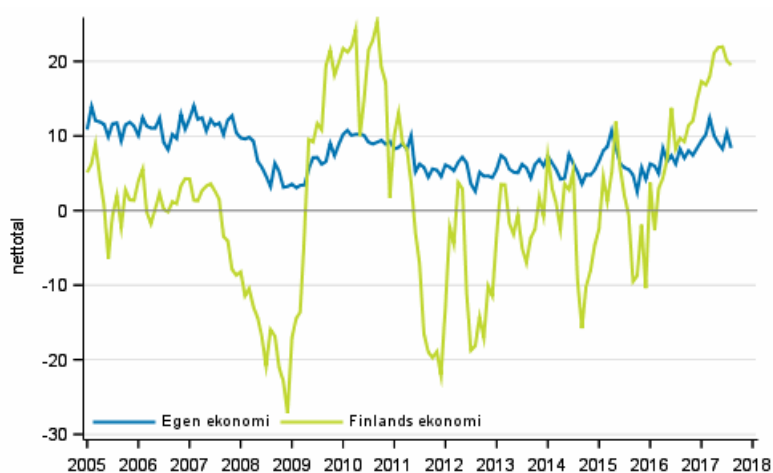
Konsumenterna ansåg i augusti att tidpunkten var gynnsam för att ta lån och någorlunda gynnsam för att spara och köpa kapitalvaror. I augusti upplevde sysselsatta konsumenter att risken för att själva råka ut för arbetslöshet har minskat något under de senaste månaderna.

Egen och Finlands ekonomi

I augusti trodde 49 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Tio procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i juli 47 och 8 procent och för ett år sedan i augusti 39 och 18 procent.

I augusti litade 26 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 12 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I juli var andelarna 28 och 9 procent och för ett år sedan 27 och 13 procent.

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



Arbetslöshet och inflation

I augusti litade 50 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och 16 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. För ett år sedan var motsvarande andelar något dystra 28 och 33 procent.

Av de sysselsatta antog 16 procent i augusti att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 13 procent antog att risken ökat. Av de sysselsatta upplevde redan 31 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

Konsumenterna bedömde i augusti att konsumentpriserna stiger med 1,6 procent under de följande 12 månaderna. Inflationsförväntningarna var för ett år sedan 1,4 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 44 procent i augusti att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. De allmänna planerna på att använda pengar var återhållsamma i augusti. Av hushållen hade 16 procent för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil inom ett år. Av hushållen planerade 8 procent att köpa bostad. I augusti planerade 19 procent av hushållen att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

Sparande och låntagning

I augusti ansåg 63 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 68 procent sparat och 80 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I augusti ansåg 72 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Långtidsmedelvärdet är 62 procent. Elva procent av hushållen planerade att ta lån.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I augusti var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i Norra Finland. Av befolkningsgrupperna var företagare och högre tjänstemän de klart mest optimistiska. De mest negativa synpunkterna på den ekonomiska utvecklingen hade studerande.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	08/2016	07/2017	08/2017	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,1	24,1	-6,5	15,7	22,8	23,5	++
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,3	14,1	2,3	8,2	10,5	8,4	=
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	3,8	25,3	-27,1	9,7	20,1	19,5	++
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,4	1,7	1,6	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	-3,5	27,6	-51,1	-3,9	15,9	16,5	++
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	-1,2	7,6	-18,8	-1,5	2,9	3,8	+
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	18,4	41,8	-14,2	24,4	23,2	22,4	+
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	10,5	36,8	-19,6	9,4	16,3	18,4	+
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	17,9	42,0	-47,1	31,7	34,4	30,6	+
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,7	52,2	10,9	48,8	44,5	49,7	+

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 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 augusti 2017 erhöles svar från 1 213 personer; därmed var bortfallet av svar 48,4 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

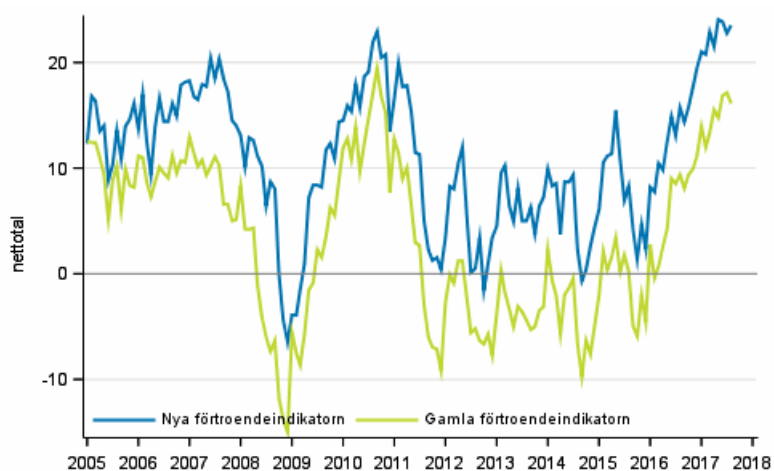
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	08/2016	07/2017	08/2017	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,1	24,1	-6,5	15,7	22,8	23,5	++
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,3	19,4	-15,0	9,4	17,2	16,1	++
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,5	33,4	9,5	29,4	29,5	31,1	++
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	0,1	22,8	-39,1	2,9	18,0	18,0	++
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,8	9,8	-4,0	3,7	6,7	4,5	=
- Bättre (%)	23,3	30,6	16,4	24,6	26,3	24,1	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	17,2	15,7	15,9	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	8,2	10,5	8,4	=
- Bättre (%)	25,8	33,4	18,2	27,3	28,3	26,4	
- Sämre (%)	11,4	17,7	6,6	13,2	9,2	11,9	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-2,6	29,5	-60,9	0,9	25,3	25,7	++
- Bättre (%)	26,6	62,1	2,0	28,2	56,3	57,6	
- Sämre (%)	28,4	88,5	4,2	23,6	8,6	8,9	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,8	25,3	-27,1	9,7	20,1	19,5	++
- Bättre (%)	31,7	57,3	11,6	38,7	47,2	48,7	
- Sämre (%)	22,6	57,3	6,0	17,6	8,0	9,6	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	0,6	1,2	1,2	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,4	1,7	1,6	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,5	27,6	-51,1	-3,9	15,9	16,5	++
- Mindre (%)	30,2	60,8	6,4	28,4	46,7	49,5	
- Mera (%)	34,4	83,3	6,9	33,0	15,1	16,1	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,2	7,6	-18,8	-1,5	2,9	3,8	+
- Minskat (%)	13,0	20,0	5,3	13,1	16,8	16,0	
- Ökat (%)	17,1	31,9	7,9	18,3	14,9	12,6	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,4	41,8	-14,2	24,4	23,2	22,4	+
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	49,7	43,6	43,8	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,2	45,7	17,7	25,3	20,4	21,4	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,5	36,8	-19,6	9,4	16,3	18,4	+
- Bra tid (%)	57,9	80,7	33,4	57,0	62,3	63,2	
- Dålig tid (%)	36,6	58,5	15,5	39,0	31,5	30,4	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,9	42,0	-47,1	31,7	34,4	30,6	+
- Bra tid (%)	62,3	78,2	13,3	72,1	74,2	71,6	
- Dålig tid (%)	30,6	83,4	12,1	21,9	17,0	20,4	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,6	35,3	14,7	31,2	33,5	35,3	++
- Kan spara (%)	59,9	70,0	38,6	66,0	65,9	67,9	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	8,0	4,7	5,4	

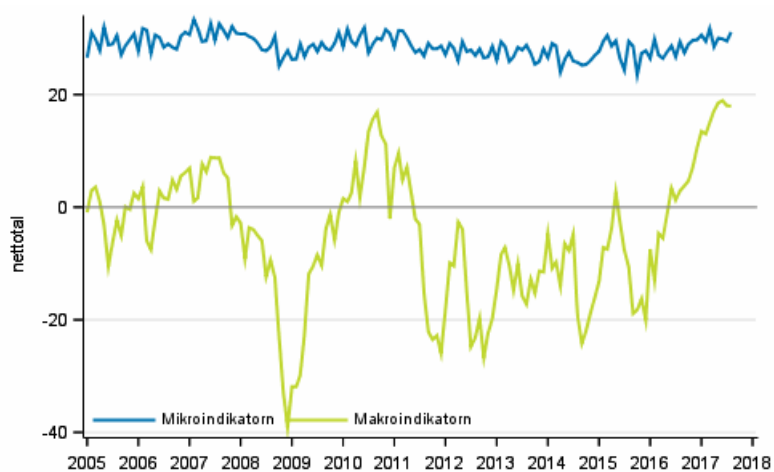
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	08/2016	07/2017	08/2017	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,7	52,2	10,9	48,8	44,5	49,7	+
- Kan spara (%)	74,2	82,3	56,6	79,9	76,8	80,1	
- Kan inte spara (%)	24,0	40,3	16,5	19,2	21,0	18,5	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,1	17,8	9,1	13,6	13,2	10,8	--
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	6,5	6,0	4,7	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,0	7,1	7,1	6,1	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-9,8	-9,5	-8,7	=
- Mera (%)	21,4	30,8	13,9	20,2	19,2	18,3	
- Mindre (%)	32,7	40,4	26,5	32,5	32,0	29,0	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,7	21,7	12,7	17,4	16,3	16,3	=
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	8,5	8,4	8,1	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	8,8	7,9	8,2	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	7,2	9,0	8,2	+
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	3,0	3,9	3,3	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,2	5,1	4,9	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	19,1	16,8	19,2	=
- Mycket sannolikt (%)	12,5	19,0	5,0	12,1	10,7	12,1	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	7,0	6,1	7,0	

Figurbilagor

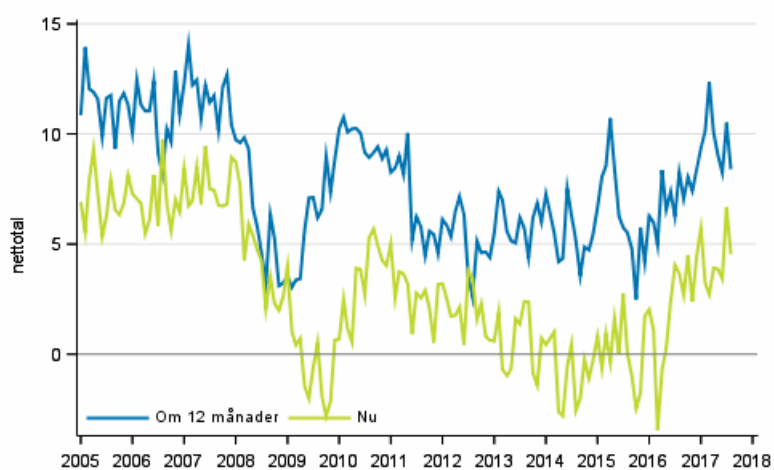
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



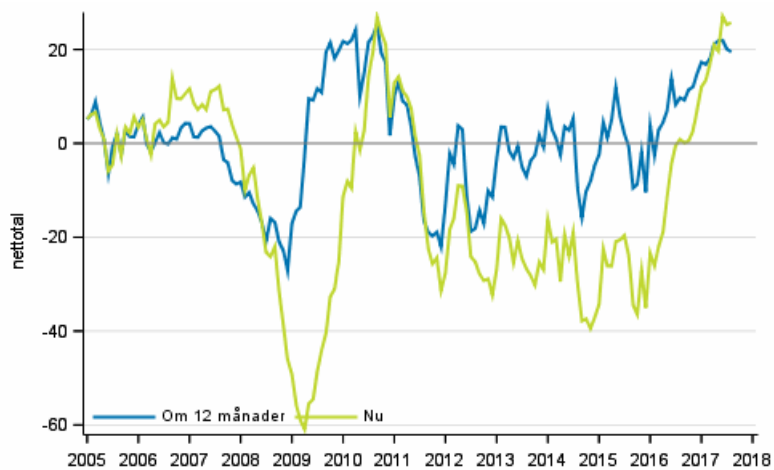
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



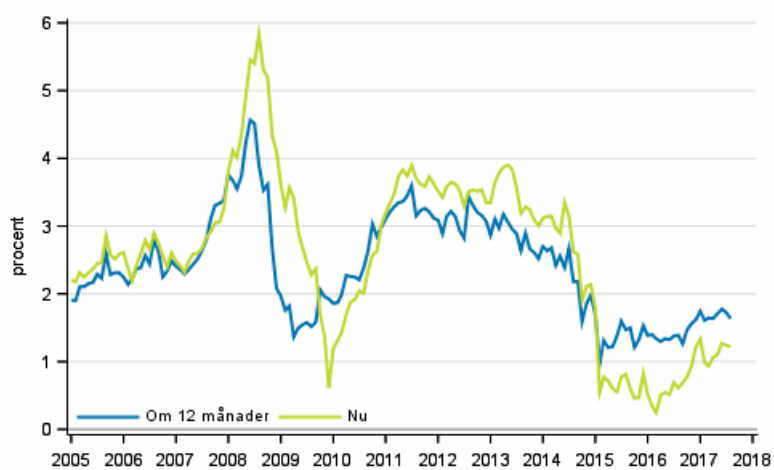
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



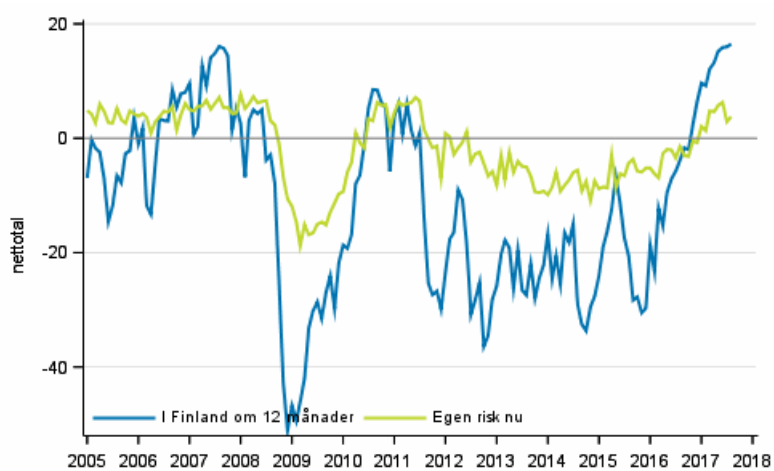
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



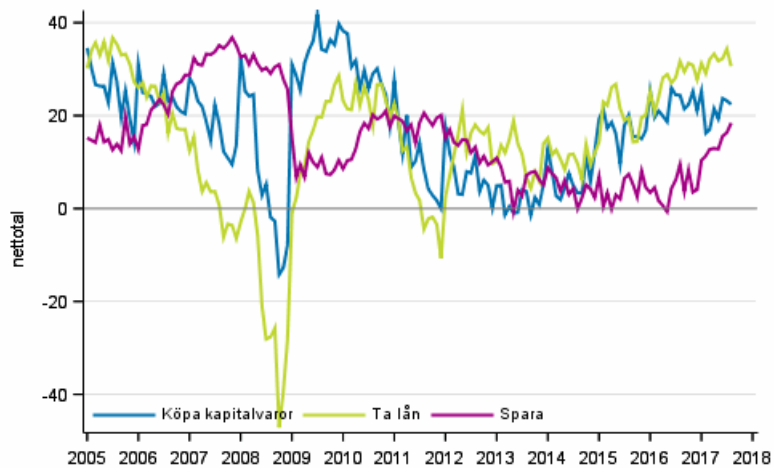
Figurbilaga 5. Inflation



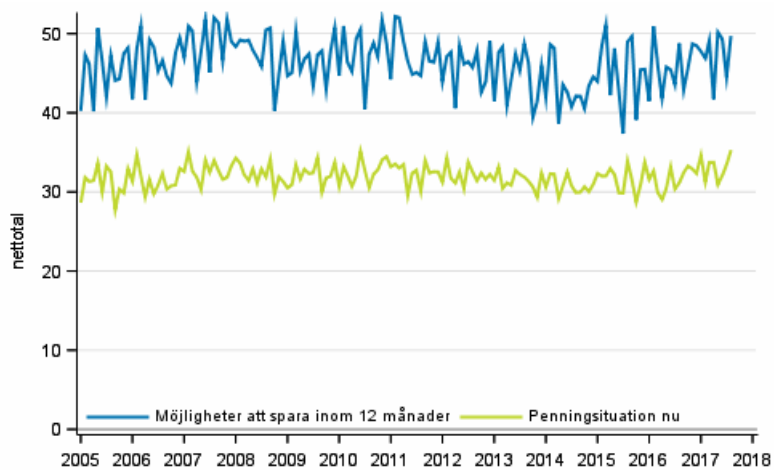
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



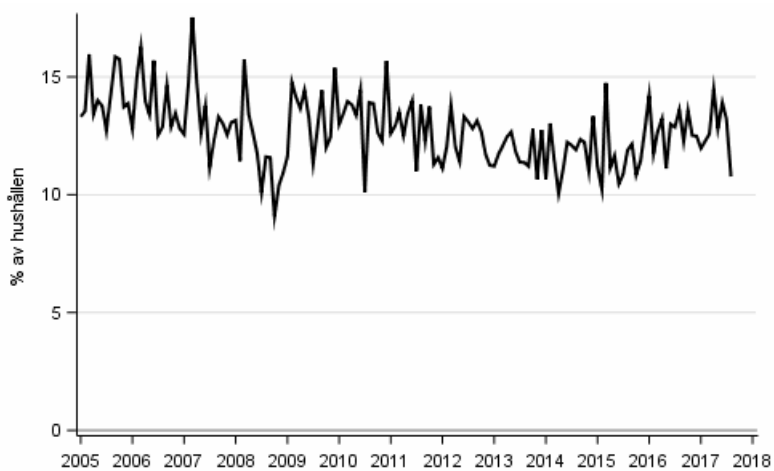
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



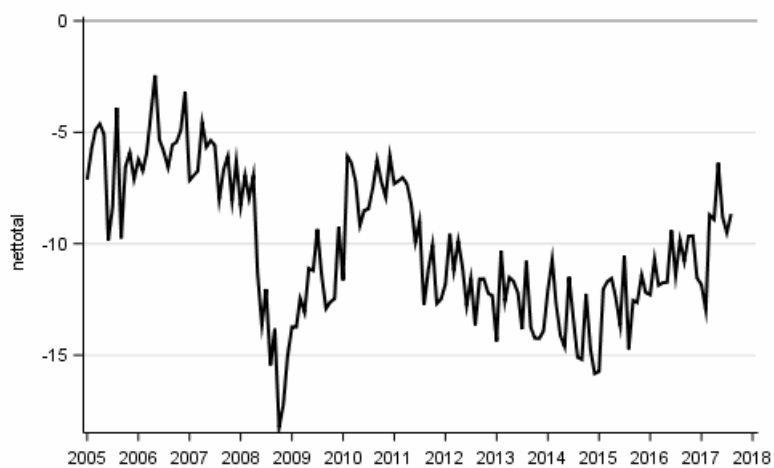
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



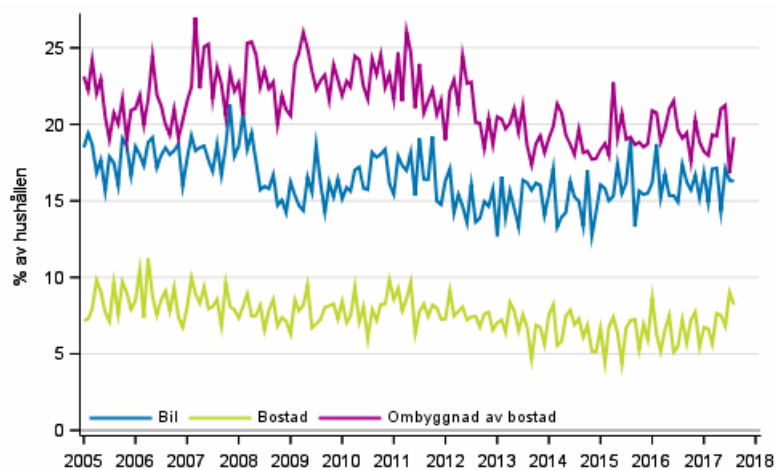
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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



Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader



Förfrågningar

Kaisa Lahtinen 029 551 3554

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Ansvarig statistikdirektör:

Jari Tarkoma

konsument.barometern@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2017, augusti. Statistikcentralen