

Konsumentbarometern

2017, september

Konsumenternas förtroende starkt och stabilt i september

Konsumenternas förtroendeindikator var i september 23,7, då den i augusti var 23,5 och i juli 22,8. I september i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 14,4. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,1. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–19 september 1 214 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 09/2017

Av delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades förväntningarna på den egna ekonomin något i september jämfört med augusti. De tre övriga delfaktorerna var ungefär oförändrade. Jämfört med motsvarande period i fjol förstärktes alla delfaktorer klart i september.

I september var konsumenternas förväntningar på Finlands ekonomi och arbetslösheten samt hushållets möjligheter att spara mycket optimistiska. Också konsumenternas syn på den egna ekonomin var ljus. Konsumenternas tro på att arbetslösheten minskar har under den senaste tiden varit den starkaste på över 15 år.

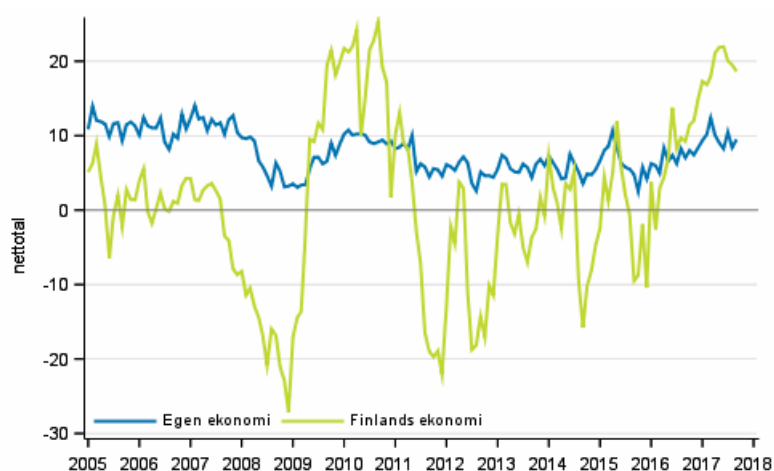
Konsumenterna ansåg i september att tidpunkten var gynnsam särskilt för att ta lån samt också för att spara och köpa kapitalvaror. I september upplevde sysselsatta konsumenter att risken för att själva råka ut för arbetslöshet har minskat betydligt de senaste månaderna.

Egen och Finlands ekonomi

I september trodde 46 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. Motsvarande andelar var i september i fjol 39 och 19 procent.

I september litade 27 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 11 procent befarade att den blir sämre inom ett år. En månad tidigare var andelarna 26 och 12 procent och för ett år sedan 25 och 14 procent.

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



Arbetslöshet och inflation

I september litade 48 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 pessimistiska 28 och 30 procent.

Av de sysselsatta antog 17 procent i september att risken för arbetslösheten minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 11 procent antog att risken hade ökat. Av de sysselsatta upplevde 30 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I september uppskattade konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,7 procent under de följande 12 månaderna. Inflationsförväntningarna var för ett år sedan i september 1,3 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 45 procent i september att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. De allmänna planerna på att använda pengar visade en liten ökning i september. Av hushållen hade 17 procent för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil inom ett år. Av hushållen planerade 7 procent att köpa bostad. I september planerade 19 procent av hushållen att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

Sparande och låntagning

I september antog 63 procent av konsumenterna att tidpunkten att spara är god. Av hushållen hade 68 procent sparat och rentav 81 procent trodde sig kunna spara under det följande året.

Av konsumenterna ansåg 72 procent i september att det är fördelaktigt att ta lån. Långtidsmedelvärdet är 62 procent. Något fler än vanligt, dvs. 15 procent av hushållen, planerade i september att ta lån inom ett år.

Konsumenternas förtroende efter strområde och befolkningsgrupp

I september var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen. Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de klart mest optimistiska. Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var arbetslösa.

Förekomsten av apparater i hushållen i augusti

I augusti hade redan 84 procent av hushållen med personer i åldern 15–84 år dator och 90 procent internetförbindelse. Femtiosju procent av hushållen hade skaffat en surfplatta. Åttio procent av hushållen ägde minst en smarttelefon och 20 procent kroppsnära datateknik såsom aktivitetsarmband, smartklockor eller smarta glasögon.

I augusti hade 34 procent av hushållen smart-tv. I nästan lika många hushåll fanns en spelkonsol och i vissa till och med en fjärrstyrd kamerahelikopter. I augusti ägde 79 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-	09/2016	08/2017	09/2017	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,1	24,1	-6,5	14,4	23,5	23,7	++
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	7,1	8,4	9,5	+
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,8	25,3	-27,1	9,2	19,5	18,6	++
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)	-3,4	27,6	-51,1	-1,7	16,5	16,3	++
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,1	7,6	-18,8	-3,1	3,8	5,8	++
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,4	41,8	-14,2	21,4	22,4	24,1	+
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,5	36,8	-19,6	3,7	18,4	17,5	+
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,9	42,0	-47,1	29,5	30,6	31,0	+
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,8	52,2	10,9	42,9	49,7	50,4	++

Nettotal 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 nettotal. 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
Förekomsten av apparater i hushållen	
Figurbilaga 12. Förekomsten av apparater och anslutningar i hushållen, augusti 2017.....	13
Figurbilaga 13. Televisionsapparater i hushållen 2/2000–8/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll).....	13
Figurbilaga 14. Informationsteknik i hushållen 2/2000–8/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll).....	14
Figurbilaga 15. Telefoner och bil i hushållen 2/2000–8/2017 (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 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 september 2017 erhöles svar från 1 214 personer; därmed var bortfallet av svar 48,3 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

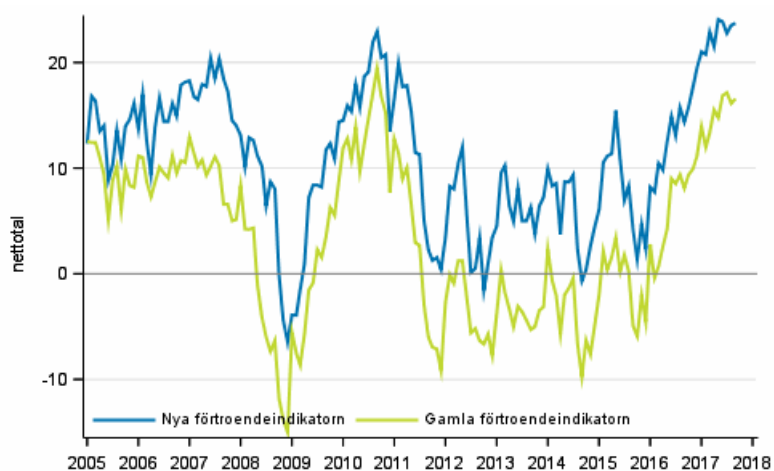
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	09/2016	08/2017	09/2017	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,1	24,1	-6,5	14,4	23,5	23,7	++
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,4	19,4	-15,0	8,1	16,1	16,6	++
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,6	33,4	9,5	27,5	31,1	31,3	++
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	0,2	22,8	-39,1	3,8	18,0	17,5	++
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,8	9,8	-4,0	2,7	4,5	4,4	=
- Bättre (%)	23,3	30,6	16,4	22,2	24,1	25,6	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	17,0	15,9	16,6	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	7,1	8,4	9,5	+
- Bättre (%)	25,8	33,4	18,2	25,2	26,4	27,0	
- Sämre (%)	11,4	17,7	6,6	14,4	11,9	10,9	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-2,5	29,5	-60,9	0,1	25,7	26,2	++
- Bättre (%)	26,7	62,1	2,0	26,3	57,6	58,8	
- Sämre (%)	28,4	88,5	4,2	23,7	8,9	9,7	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,8	25,3	-27,1	9,2	19,5	18,6	++
- Bättre (%)	31,8	57,3	11,6	38,9	48,7	46,2	
- Sämre (%)	22,6	57,3	6,0	18,8	9,6	9,2	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	0,7	1,2	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)	-3,4	27,6	-51,1	-1,7	16,5	16,3	++
- Mindre (%)	30,2	60,8	6,4	28,3	49,5	47,9	
- Mera (%)	34,3	83,3	6,9	29,9	16,1	15,7	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,1	7,6	-18,8	-3,1	3,8	5,8	++
- Minskat (%)	13,1	20,0	5,3	13,0	16,0	16,6	
- Ökat (%)	17,1	31,9	7,9	20,1	12,6	11,3	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,4	41,8	-14,2	21,4	22,4	24,1	+
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	47,2	43,8	44,5	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,2	45,7	17,7	25,7	21,4	20,4	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,5	36,8	-19,6	3,7	18,4	17,5	+
- Bra tid (%)	57,9	80,7	33,4	51,6	63,2	62,5	
- Dålig tid (%)	36,6	58,5	15,5	43,8	30,4	31,6	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,9	42,0	-47,1	29,5	30,6	31,0	+
- Bra tid (%)	62,4	78,2	13,3	70,1	71,6	72,1	
- Dålig tid (%)	30,6	83,4	12,1	24,1	20,4	20,3	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,6	35,3	14,7	32,4	35,3	34,1	++
- Kan spara (%)	60,0	70,0	38,6	65,9	67,9	68,3	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	7,3	5,4	7,3	

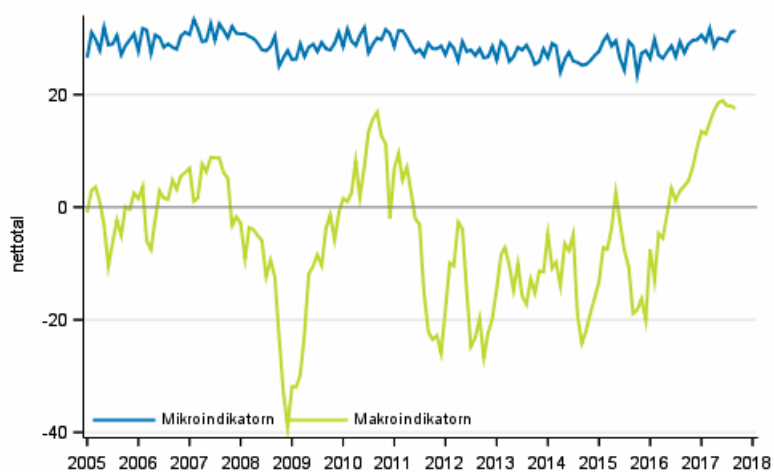
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	09/2016	08/2017	09/2017	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,8	52,2	10,9	42,9	49,7	50,4	++
- Kan spara (%)	74,2	82,3	56,6	76,7	80,1	80,8	
- Kan inte spara (%)	24,0	40,3	16,5	22,1	18,5	17,5	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,1	17,8	9,1	12,3	10,8	14,6	+
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,9	4,7	6,7	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,0	6,4	6,1	7,9	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-10,8	-8,7	-7,5	+
- Mera (%)	21,3	30,8	13,9	18,3	18,3	19,3	
- Mindre (%)	32,7	40,4	26,5	32,6	29,0	28,3	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,7	21,7	12,7	16,2	16,3	17,1	=
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	8,1	8,1	8,9	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	8,2	8,2	8,3	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	5,7	8,2	7,0	=
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	1,8	3,3	2,4	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	3,9	4,9	4,5	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	19,4	19,2	18,9	=
- Mycket sannolikt (%)	12,5	19,0	5,0	13,7	12,1	12,0	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	5,7	7,0	6,9	

Figurbilagor

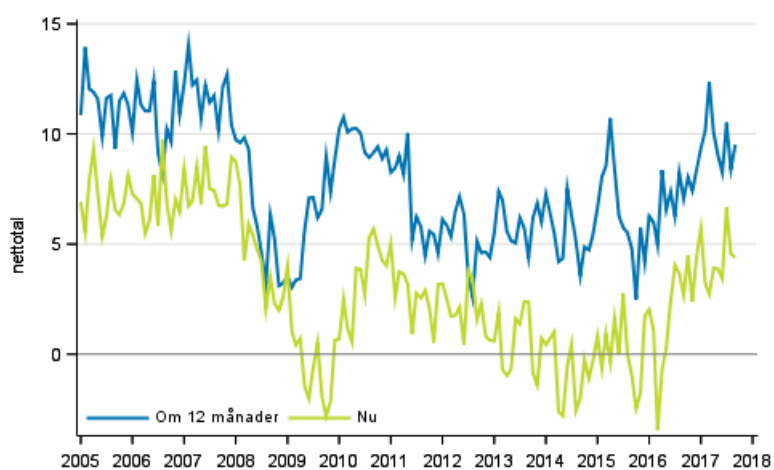
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



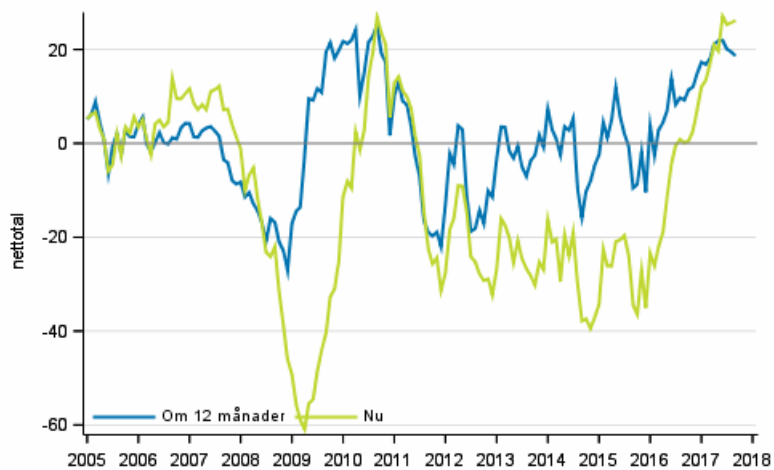
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



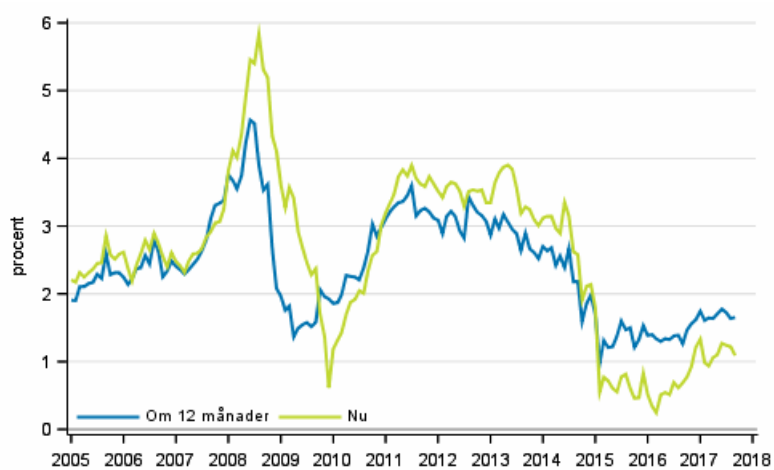
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



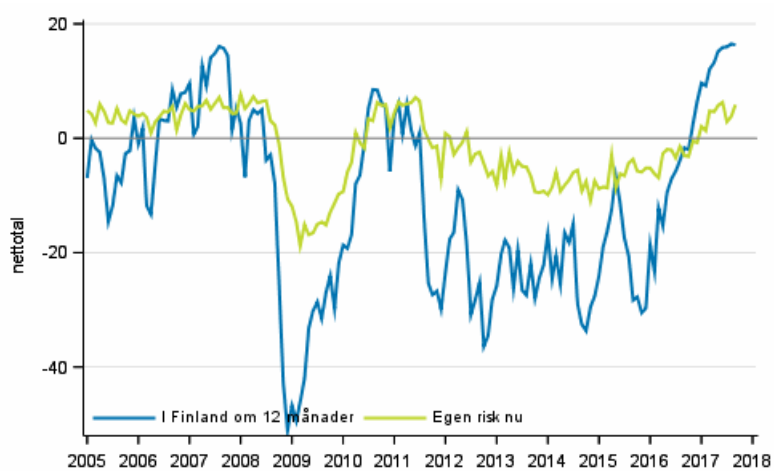
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



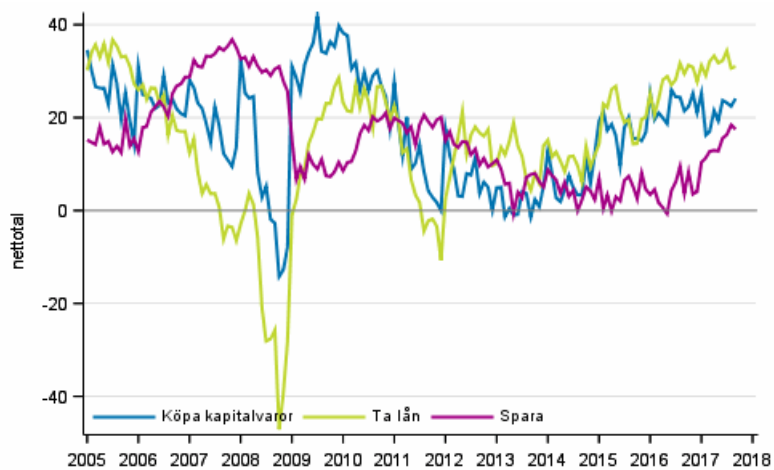
Figurbilaga 5. Inflation



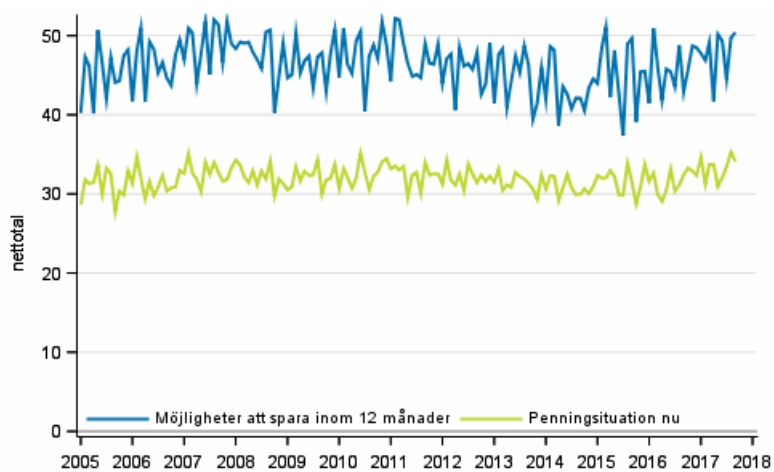
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



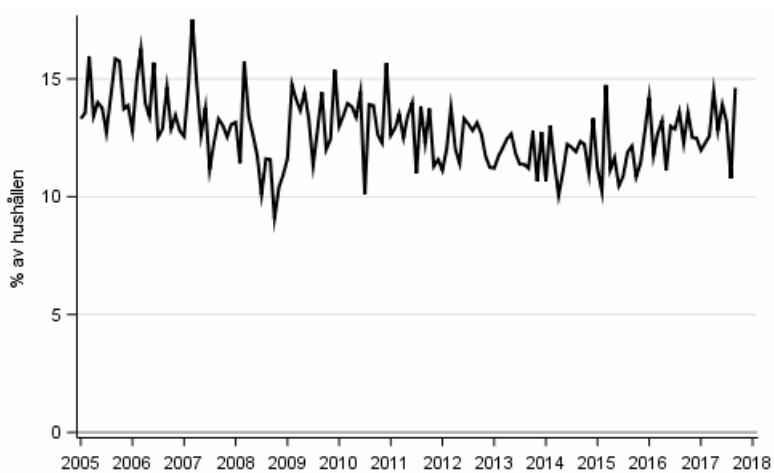
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



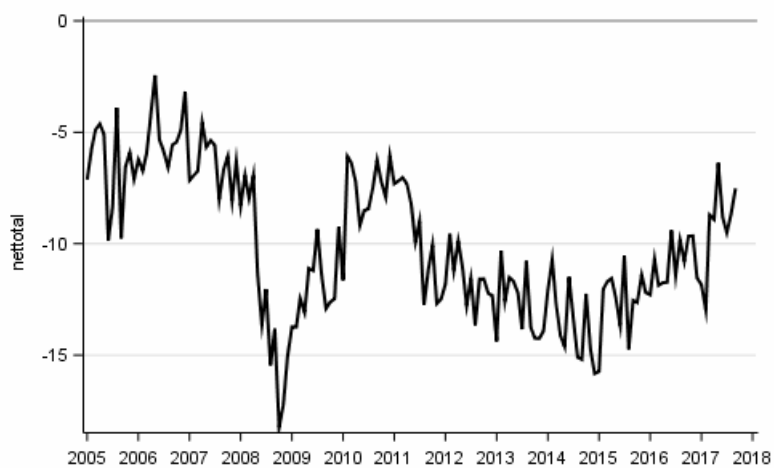
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



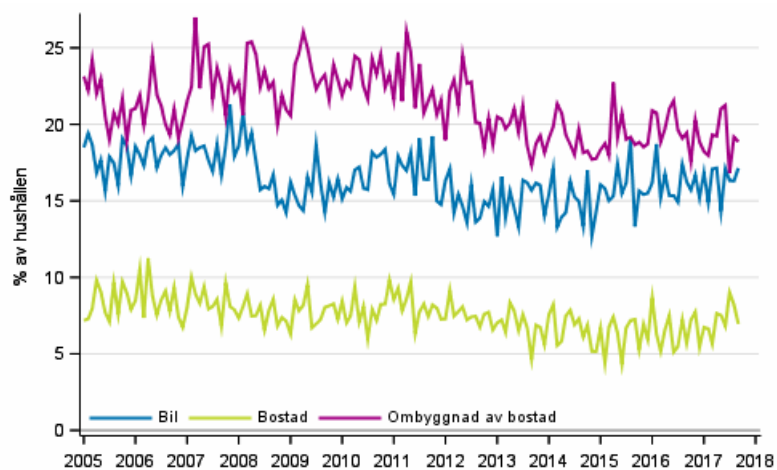
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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

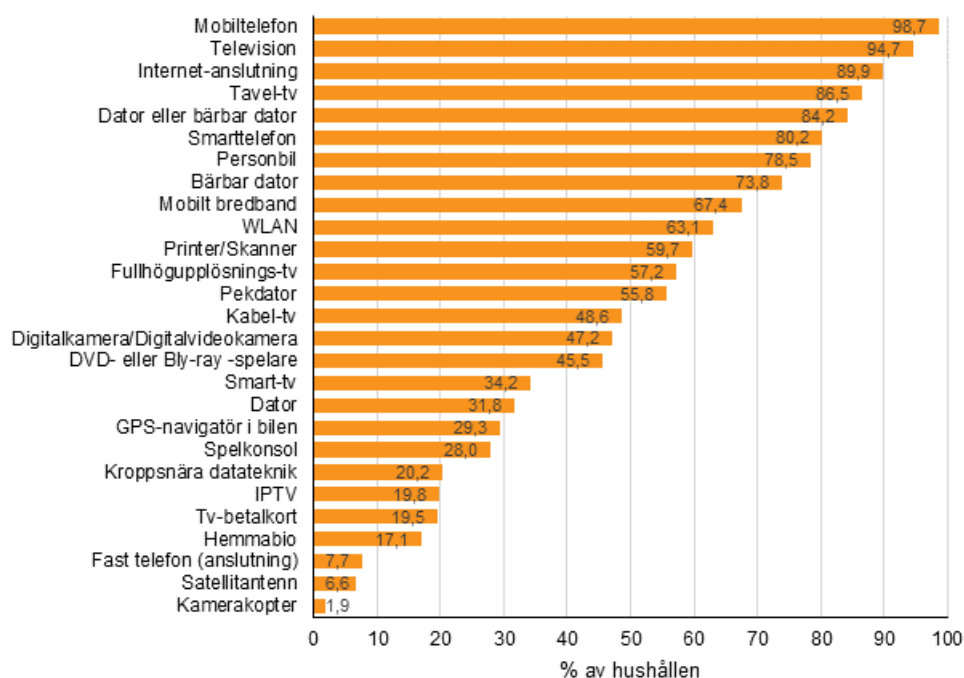


Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader

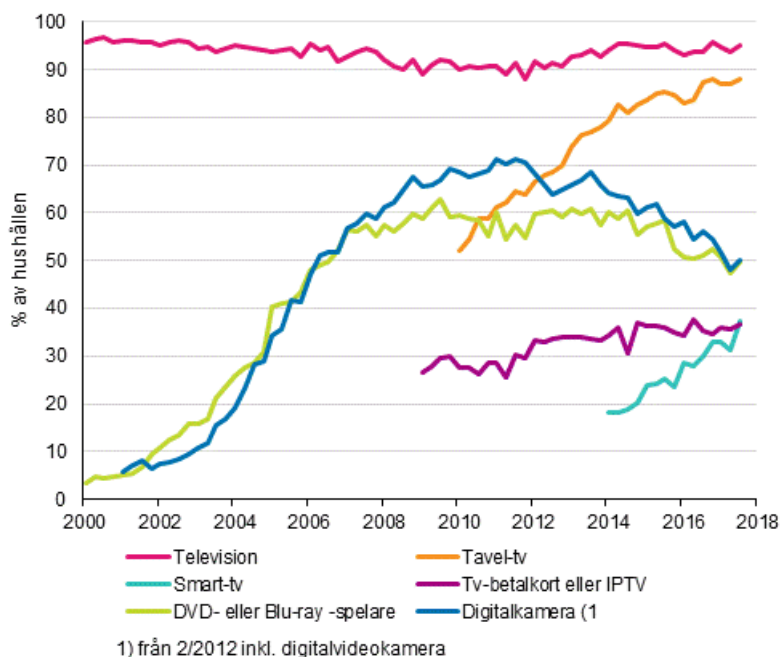


Förekomsten av apparater i hushållen

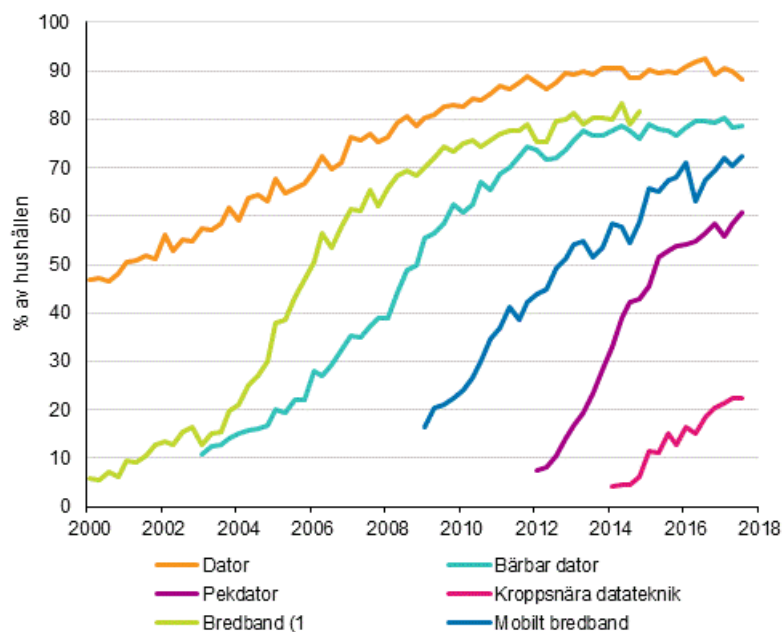
Figurbilaga 12. Förekomsten av apparater och anslutningar i hushållen, augusti 2017



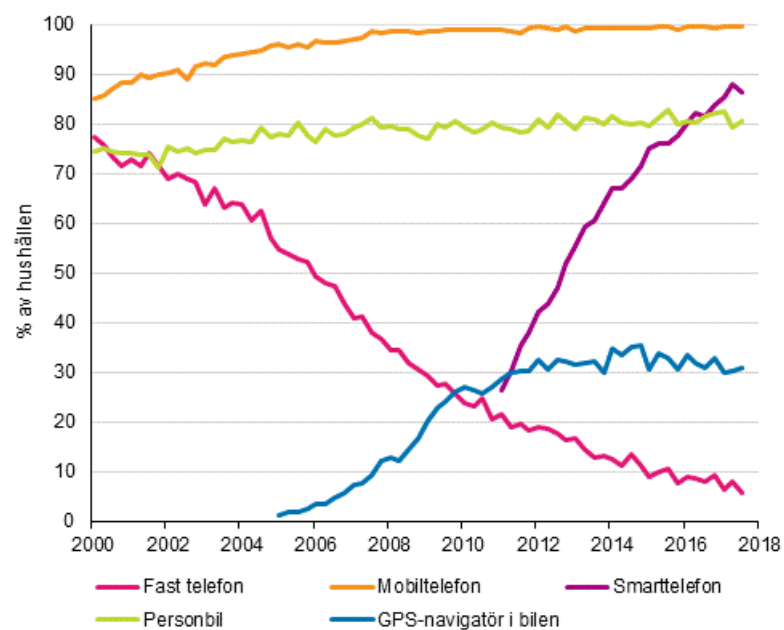
Figurbilaga 13. Televisionsapparater i hushållen 2/2000–8/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll)



Figurbilaga 14. Informationsteknik i hushållen 2/2000–8/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll)



Figurbilaga 15. Telefoner och bil i hushållen 2/2000–8/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll)



Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Ansvarig statistikdirektör:

Jari Tarkoma

konsument.barometern@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2017, september. Statistikcentralen