

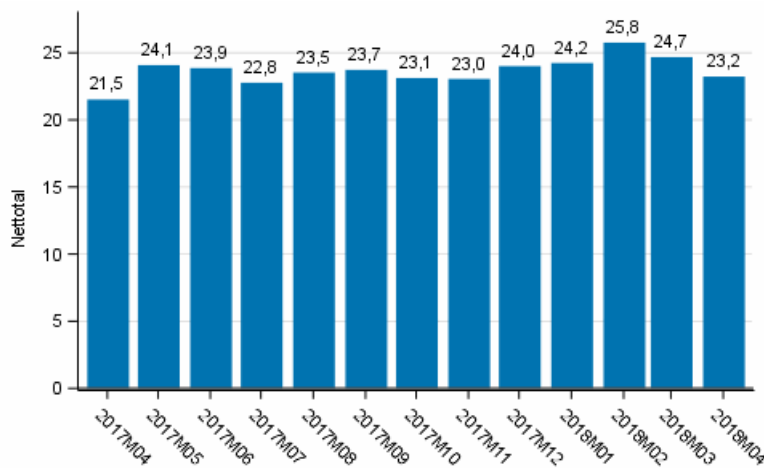
# Konsumentbarometern

2018, april

## Konsumenterna litar på Finlands ekonomi och på mindre arbetslöshet

Konsumenternas förtroendeindikator var i april 23,2 medan den i mars var 24,7 och i februari 25,8. Under februari–mars var siffrorna de högsta i den 30-åriga mätthistorien. I april i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 21,5. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,4. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 3–18 april 1 140 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



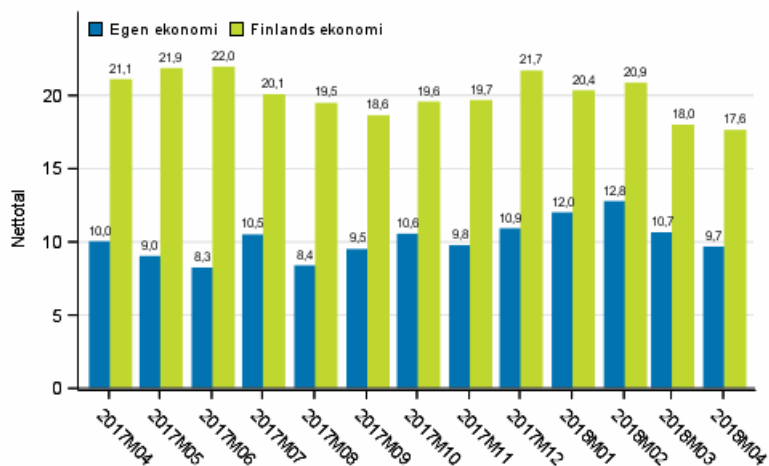
Av delfaktorena i konsumenternas förtroendeindikator var förväntningarna på Finlands ekonomi och den allmänna arbetslösheten mycket ljusa i april. Konsumenternas syn på den egna ekonomin och på hushållets möjligheter att spara var goda.

I april försämrades synen på den egna ekonomin och särskilt på möjligheterna att spara jämfört med mars. Däremot förbättrades förväntningarna på utvecklingen av arbetslösheten medan bilden av Finlands ekonomi var oförändrad.

Jämfört med motsvarande period året innan förstärktes konsumenternas tro på möjligheterna att spara och särskilt på en minskning av arbetslösheten. Däremot försämrades förväntningarna på Finlands ekonomi något på årsnivå och synen på den egna ekonomin var oförändrad.

Konsumenterna bedömde att hushållets penningssituation var god i april. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var mycket gynnsam för att spara och någorlunda gynnsam också för att låna och köpa kapitalvaror. I april upplevde sysselsatta konsumenter att risken för att själva råka ut för arbetslöshet minskat under den senaste tiden.

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



**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 netttotal. Delfaktorerna är: egen ekonomi, Finlands ekonomi, allmän arbetslöshet och hushållets möjligheter att spara (alla gäller följande 12 månader). Nettotalen och förtroendeindikatorn kan variera mellan -100 och +100, ju högre (positiv) siffra desto mer optimistisk är synen på ekonomin.

# Innehåll

Översikt.....	4
Metoden för konsumentbarometern.....	4

## 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

# Översikt

## Egen och Finlands ekonomi

I april trodde 43 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 mars 45 och 9 procent och i april i fjol 52 och 10 procent.

I april litade 26 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och bara 10 procent befarade att den blir sämre inom ett år. En månad tidigare var andelarna 28 och 9 procent och för ett år sedan 28 och 10 procent.

## Arbetslöshet och inflation

I april litade hälften, dvs. 54 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och bara 11 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I mars var andelarna 52 och 14 procent och för ett år sedan 45 och 19 procent.

Trettiofire procent av de sysselsatta upplevde i april att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa. Av de sysselsatta antog 16 procent att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 12 procent antog att risken ökat.

I april bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,8 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

## Sparande och låntagning

I april ansåg 70 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Långtidsmedelvärdet är 58 procent. Av hushållen hade 67 procent sparat i april och 76 procent trodde att de kan spara under det följande året. Främst avsåg konsumenterna att spara för sämre tider, för ålderdomen eller för semesterresa. De näst vanligaste placeringsobjekten som konsumenterna planerade att placera i, efter olika bankkonton, var placeringsfonder.

I april ansåg 74 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Långtidsmedelvärdet är 63 procent. I april funderade 13 procent av hushållen på att ta lån inom ett år.

## Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 45 procent i april att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Planerna på att använda pengar var fortfarande återhållsamt genomsnittliga – med undantag av anskaffning av fordon och resor. Av hushållen hade 17 procent för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil inom ett år. Av hushållen planerade 8 procent att köpa bostad. I april planerade färre hushåll än vanligt, 16 procent, att inom ett år spendera pengar på renovering av bostaden.

## Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I april 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 pensionärer och arbetslösa.

## EU-resultat

Alla EU-länders (säsongrensade) barometerresultat publiceras varje månad på Europeiska kommissionens webbplats: [Pressmeddelanden](#).

## 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 [Europeiska kommissionen](#).

### **Urval och datainsamling**

Till populationen i konsumentbarometern hör 4,5 miljoner personer i åldern 15–84 år och deras 2,7 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, bosättningsområde och modersmål. Intervjuerna görs i huvudsak från Statistikcentralens telefonintervjucentral (CATI), under de två eller tre första veckorna av månaden.

I april 2018 erhöles svar från 1 140 personer; därmed var bortfallet av svar 51,5 procent. Bortfallet omfattar förutom dem som vägrade eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunde nå. Eventuell övertäckning (död, flyttat utomlands e.d.) ingår här också i bortfallet.

### **Viktning**

Alla svarsuppgifter för konsumentbarometern upphöjs till populationsnivå med hjälp av viktkoefficienter. Viktningen korregerar effekterna av bortfallet av svar och förbättrar uppgifternas statistiska exakthet. Viktkoefficienterna bildas med en kalibreringsmetod (Calmar) 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

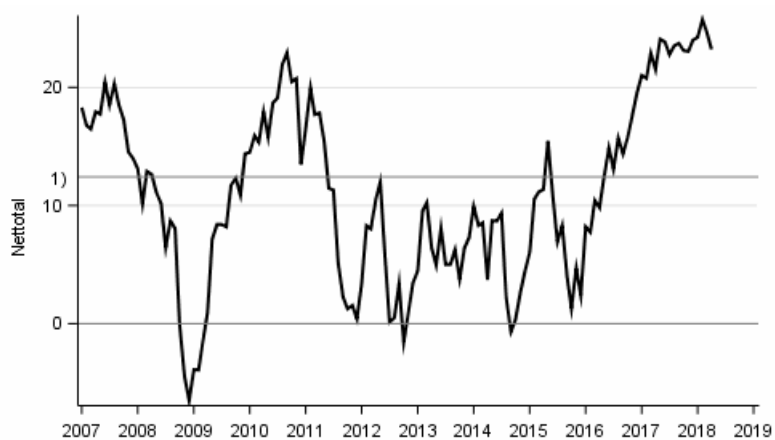
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2017	03/2018	04/2018	Utsikter <sup>1)</sup>
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,4	25,8	-6,5	21,5	24,7	23,2	++
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,7	20,6	-15,0	15,5	17,8	16,9	++
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,7	33,4	9,5	28,5	32,4	29,0	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	0,7	22,8	-39,1	17,1	18,7	19,6	++
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,9	9,8	-4,0	3,9	6,2	5,8	+
- Bättre (%)	23,3	30,6	16,4	23,3	24,7	25,4	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	16,5	15,2	15,1	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	10,0	10,7	9,7	+
- Bättre (%)	25,8	33,4	18,2	28,1	27,7	26,4	
- Sämre (%)	11,3	17,7	6,6	10,5	9,4	9,7	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-1,7	29,5	-60,9	21,0	27,5	26,2	++
- Bättre (%)	27,5	62,1	2,0	51,9	58,3	56,2	
- Sämre (%)	27,8	88,5	4,2	10,3	7,7	8,3	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,2	25,3	-27,1	21,1	18,0	17,6	++
- Bättre (%)	32,2	57,3	11,6	51,8	44,9	43,2	
- Sämre (%)	22,2	57,3	6,0	10,0	9,1	8,9	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	1,1	1,3	1,6	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,6	1,8	1,8	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-2,9	27,6	-51,1	13,2	19,5	21,6	++
- Mindre (%)	30,8	60,8	6,4	45,4	51,9	53,9	
- Mera (%)	33,8	83,3	6,9	18,7	13,6	11,4	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,9	7,6	-18,8	4,6	6,1	4,0	+
- Minskat (%)	13,2	20,0	5,3	17,7	18,4	15,7	
- Ökat (%)	16,9	31,9	7,9	13,7	12,2	12,4	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,7	41,8	-14,2	21,5	26,5	25,4	+
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	43,7	43,6	44,5	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,0	45,7	15,2	22,2	17,2	19,1	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,8	36,8	-19,6	12,9	27,2	26,9	++
- Bra tid (%)	58,1	80,7	33,4	59,9	70,9	70,4	
- Dålig tid (%)	36,3	58,5	15,5	35,0	23,1	22,8	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	18,3	42,0	-47,1	33,3	31,1	31,9	+
- Bra tid (%)	62,7	78,2	13,3	74,9	73,1	74,0	
- Dålig tid (%)	30,2	83,4	12,1	20,6	18,2	18,2	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,8	36,1	14,7	33,7	36,1	33,4	+
- Kan spara (%)	60,2	70,4	38,6	67,0	70,4	67,3	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2017	03/2018	04/2018	Utsikter <sup>1)</sup>
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	6,6	6,1	7,5	
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,9	52,2	10,9	41,7	50,5	43,9	+
- Kan spara (%)	74,3	82,3	56,6	75,0	81,9	76,4	
- Kan inte spara (%)	23,9	40,3	16,5	24,1	16,5	22,2	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,1	17,8	9,1	14,5	14,0	13,0	=
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	6,8	6,8	6,4	
- Eventuellt (%)	7,5	11,4	5,0	7,6	7,1	6,5	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-8,9	-8,6	-8,6	=
- Mera (%)	21,3	30,8	13,9	19,9	20,2	19,4	
- Mindre (%)	32,6	40,4	25,6	31,0	31,0	29,9	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	17,1	16,3	17,1	=
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	9,5	8,8	8,1	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	7,7	7,6	9,0	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	7,6	6,0	7,6	+
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	2,8	2,6	2,7	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,9	3,3	4,9	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	19,2	18,5	15,9	-
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	12,8	11,7	8,9	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,4	6,8	6,9	

1) Utsikter: ++ mycket goda, + goda, = neutrala, - dåliga, -- mycket dåliga; nettotalets avvikelse från medeltalet har jämförts med standardavvikelsen

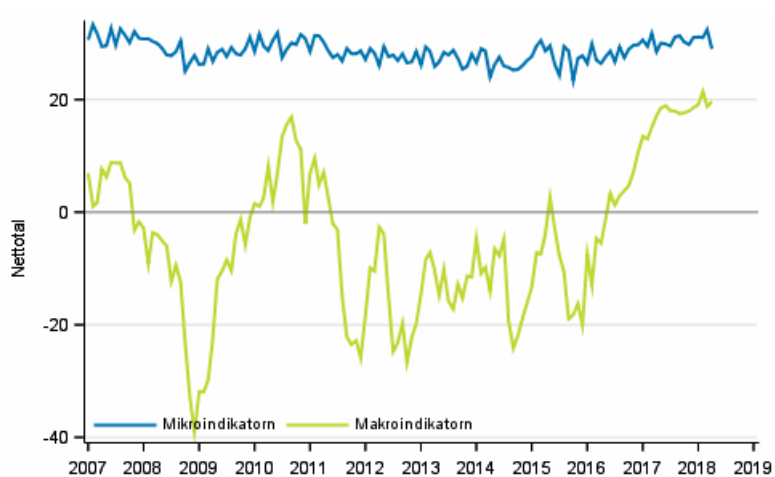
# Figurbilagor

## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

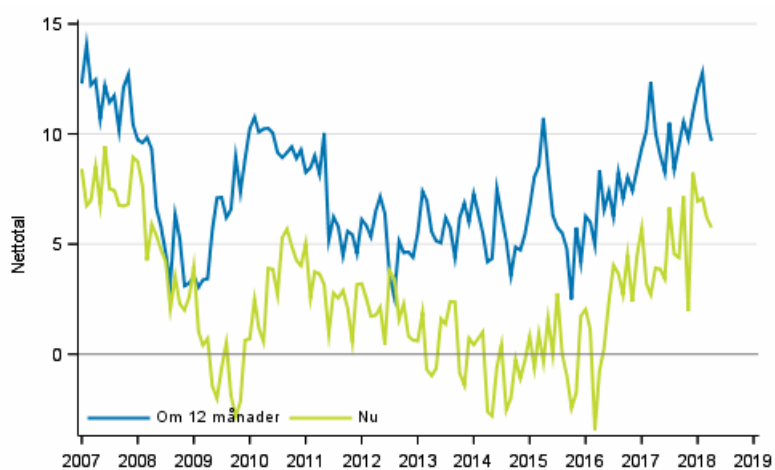


1) medeltal 10/1995 - 04/2018

## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer

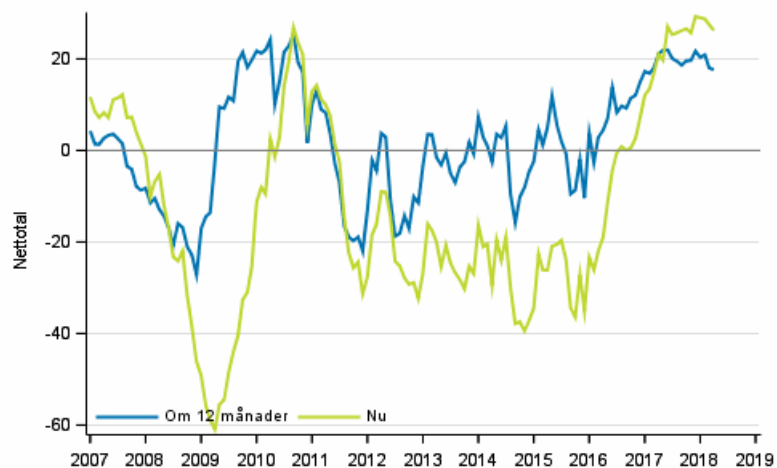


## Figurbilaga 3. Egen ekonomi

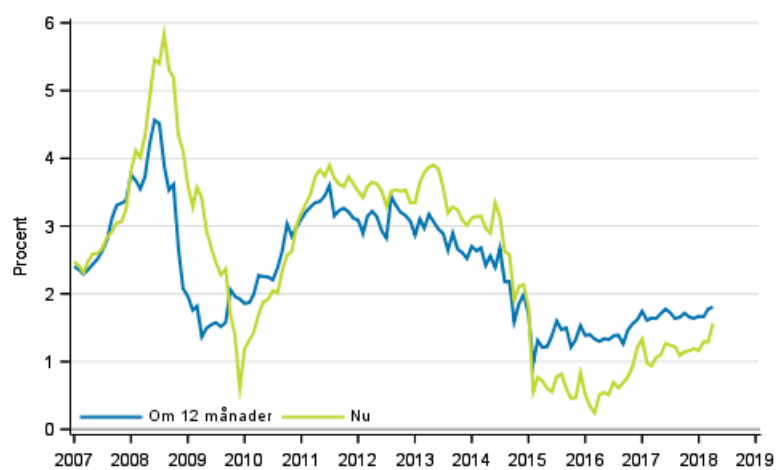




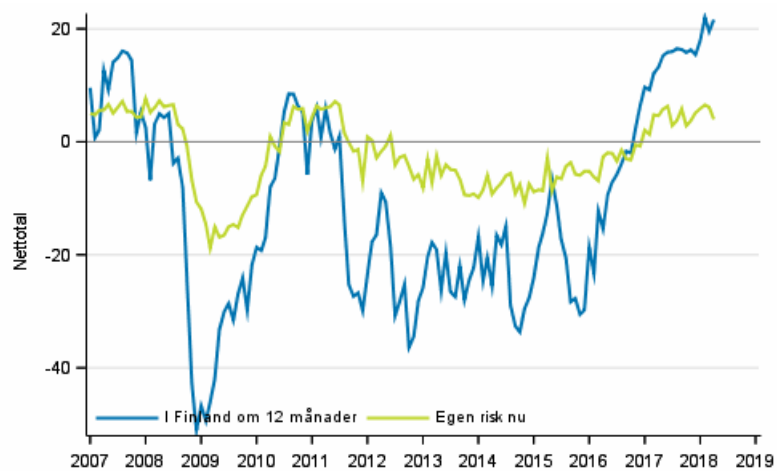
**Figurbilaga 4. Finlands ekonomi**



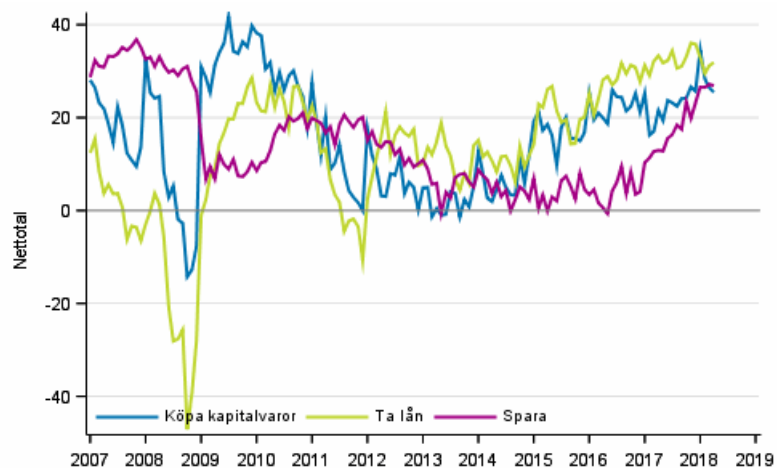
**Figurbilaga 5. Inflation**



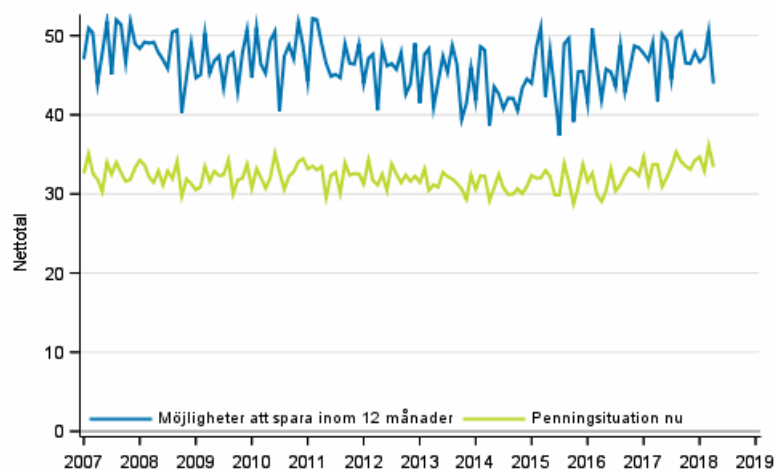
**Figurbilaga 6. Arbetslöshet**



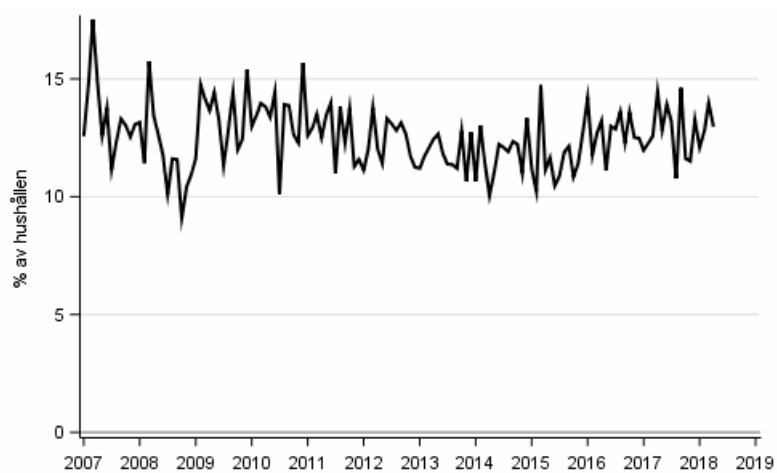
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



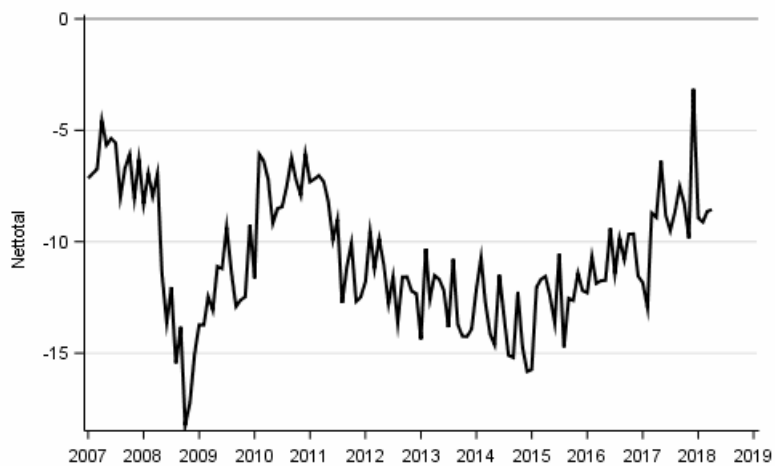
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara**



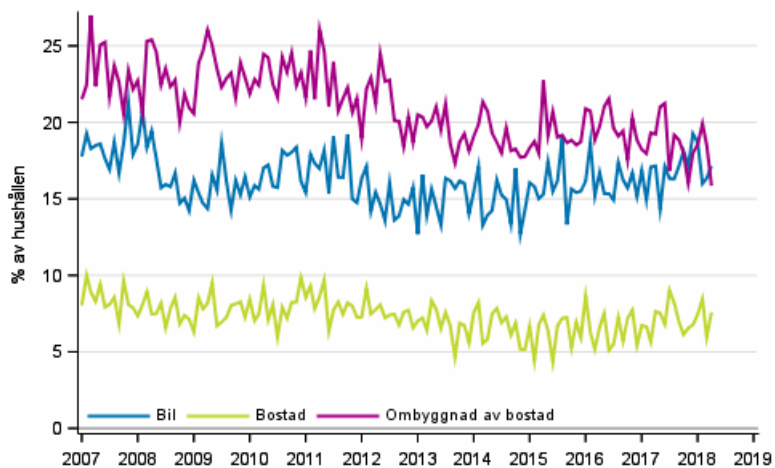
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



**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  
Ansvarig statistikdirektör:  
Jari Tarkoma

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

Källa: Konsumentbarometern 2018, april. Statistikcentralen