

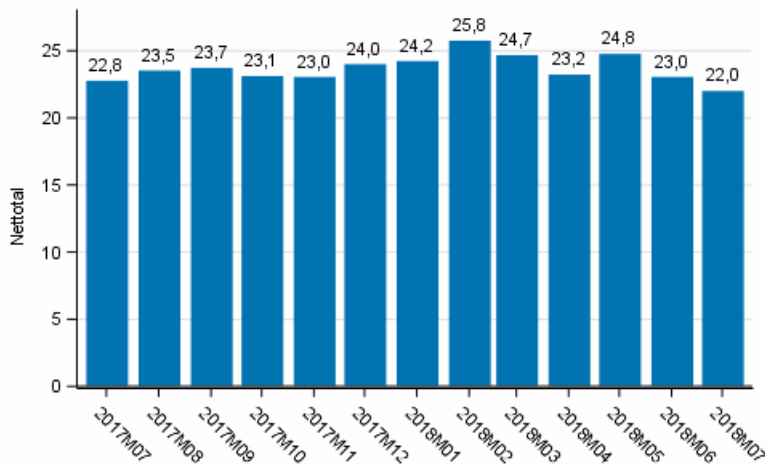
Konsumentbarometern

2018, juli

Konsumenternas förtroende fortsatt starkt i juli

Konsumenternas förtroendeindikator var i juli 22,0, då den i juni var 23,0 och i maj 24,8. I juli i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 22,8. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,5. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 2–19 juli 1 042 personer bosatta i Finland.

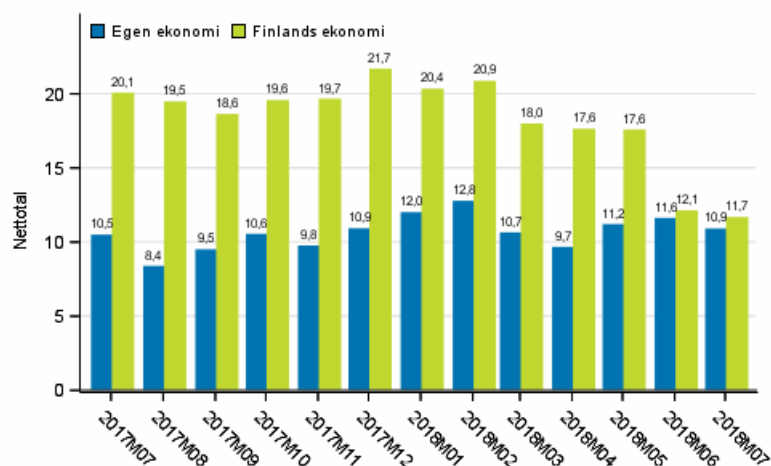
Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i förtroendeindikatorn förbättrades i juli konsumenternas förväntningar på utvecklingen av arbetslösheten jämfört med juni. Förväntningarna var mycket ljusa. Uppskattningarna om den egna och Finlands ekonomi samt hushållens möjligheter att spara försvagades en aning, men var fortsatt goda.

Tron på att arbetslösheten minskar förstärktes också jämfört med motsvarande period året innan. Däremot försvagades förväntningarna på Finlands ekonomi klart på ett år. Synen på den egna ekonomin och möjligheterna att spara var mer eller mindre oförändrade.

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



I juli uppskattade konsumenterna att hushållets ekonomi är på en mycket god nivå. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var mycket gynnsam för att spara men också god för att ta lån och köpa kapitalvaror. I juli upplevde sysselsatta konsumenter att risken för att själva råka ut för arbetslöshet minskat något under den senaste tiden.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I juli var förtroendet för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn 25,6) och svagast i Norra Finland (18,5). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de klart mest optimistiska (37,1). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var arbetslösa (6,8) och pensionärer (12,0).

EU-resultat

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

Begrepp

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 delfaktorens nettotal. Delfaktorena 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 juli trodde 35 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Tolv procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i juni 38 och 14 procent och för ett år sedan i juli 47 och 8 procent.

I juli litade 30 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och bara 11 procent befarade att den blir sämre inom ett år. En månad tidigare var andelarna 30 och 10 procent och för ett år sedan 28 och 9 procent.

Arbetslöshet och inflation

I juli litade hälften av konsumenterna, dvs. 50 procent, på att arbetslösheten minskar under det följande året medan bara 12 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I juni var andelarna 49 och 14 procent och för ett år sedan 47 och 15 procent.

Av de sysselsatta upplevde 34 procent i juli att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa. Sjuttionio procent av de sysselsatta antog att risken för arbetslöshet minskat för deras egen del under de senaste månaderna och något fler än på sista tiden, dvs. 14 procent, bedömde att risken hade ökat.

I juli bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,9 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,1 procent.

Sparande och låntagning

I juli ansåg 70 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Långtidsmedelvärdet är 58 procent. Av hushållen hade 68 procent sparat i juli och 77 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 juli bedömde 72 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Långtidsmedelvärdet är 63 procent. I juli planerade något fler än vanligt, dvs. 14 procent av hushållen, att ta lån inom ett år.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 45 procent i juli att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Planerna på att använda pengar var för det mesta återhållsamma. Av hushållen hade 17 procent för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil inom ett år. Åtta procent av hushållen planerade att köpa bostad. I juli planerade färre hushåll än vanligt, 17 procent, att inom ett år spendera pengar på renovering av bostaden.

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, boställningsområde och modersmål. Intervjuerna görs i huvudsak från Statistikcentralens telefonintervjucentral (CATI), under de två eller tre första veckorna av månaden.

I juli 2018 erhöles svar från 1 042 personer; därmed var bortfallet av svar 55,7 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 korrigerar 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

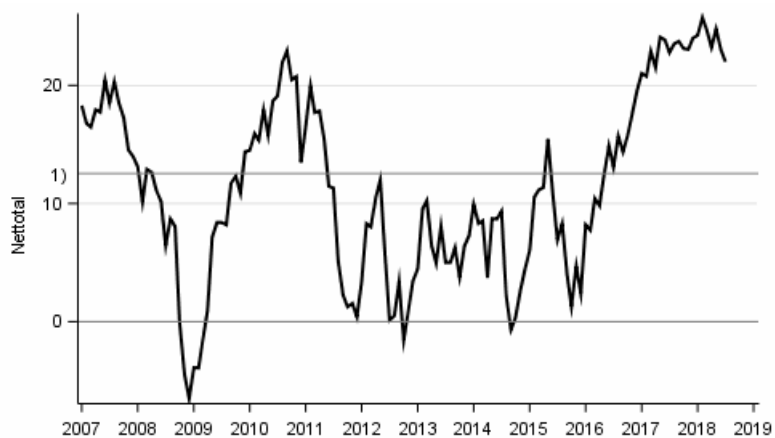
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	07/2017	06/2018	07/2018	Utsikter ¹⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,5	25,8	-6,5	22,8	23,0	22,0	++
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,8	20,6	-15,0	17,2	16,0	16,2	++
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,8	33,4	9,5	29,5	32,5	30,9	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	0,9	22,8	-39,1	18,0	15,1	15,5	++
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,9	9,8	-4,0	6,7	6,7	8,7	++
- Bättre (%)	23,4	30,6	16,4	26,3	27,6	28,8	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	15,7	15,4	14,4	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	10,5	11,6	10,9	+
- Bättre (%)	25,9	33,4	18,2	28,3	29,5	30,0	
- Sämre (%)	11,3	17,7	6,6	9,2	9,6	11,0	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-1,4	29,5	-60,9	25,3	25,6	24,1	++
- Bättre (%)	27,8	62,1	2,0	56,3	56,5	52,7	
- Sämre (%)	27,6	88,5	4,2	8,6	9,3	7,2	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,3	25,3	-27,1	20,1	12,1	11,7	+
- Bättre (%)	32,2	57,3	11,6	47,2	37,9	35,2	
- Sämre (%)	22,1	57,3	6,0	8,0	13,6	12,5	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	1,2	1,7	1,7	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,1	4,6	0,6	1,7	1,8	1,9	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-2,6	27,6	-51,1	15,9	18,1	19,3	++
- Mindre (%)	31,0	60,8	6,4	46,7	49,0	50,0	
- Mera (%)	33,6	83,3	6,9	15,1	13,7	12,2	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,8	9,8	-18,8	2,9	7,4	3,8	+
- Minskat (%)	13,3	20,4	5,3	16,8	18,6	16,7	
- Ökat (%)	16,8	31,9	7,9	14,9	9,6	14,4	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,7	41,8	-14,2	23,2	24,1	25,3	+
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	43,6	42,7	45,4	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	25,9	45,7	15,2	20,4	18,7	20,0	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,0	36,8	-19,6	16,3	27,8	27,0	++
- Bra tid (%)	58,3	80,7	33,4	62,3	70,3	70,1	
- Dålig tid (%)	36,2	58,5	15,5	31,5	24,0	21,9	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	18,5	42,0	-47,1	34,4	33,3	30,8	+
- Bra tid (%)	62,8	78,2	13,3	74,2	74,2	72,5	
- Dålig tid (%)	30,1	83,4	12,1	17,0	18,2	19,4	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,9	37,0	14,7	33,5	35,7	35,7	++
- Kan spara (%)	60,3	70,4	38,6	65,9	69,9	68,5	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	07/2017	06/2018	07/2018	Utsikter ¹⁾
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	4,7	5,7	5,5	
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	40,0	52,2	10,9	44,5	50,3	46,1	+
- Kan spara (%)	74,4	82,3	56,6	76,8	80,5	77,2	
- Kan inte spara (%)	23,8	40,3	16,5	21,0	18,2	20,4	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,1	17,8	9,1	13,2	13,7	14,0	+
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	6,0	7,3	6,8	
- Eventuellt (%)	7,5	11,4	5,0	7,1	6,4	7,2	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-9,5	-9,9	-9,6	=
- Mera (%)	21,3	30,8	13,9	19,2	20,1	19,8	
- Mindre (%)	32,6	40,4	25,6	32,0	31,7	31,9	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	16,3	15,7	17,0	=
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	8,4	8,4	8,3	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	7,9	7,4	8,7	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	9,0	7,0	7,8	+
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	3,9	3,4	3,0	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	5,1	3,6	4,9	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	16,8	20,1	17,0	-
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	10,7	11,2	10,8	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,1	8,9	6,2	

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

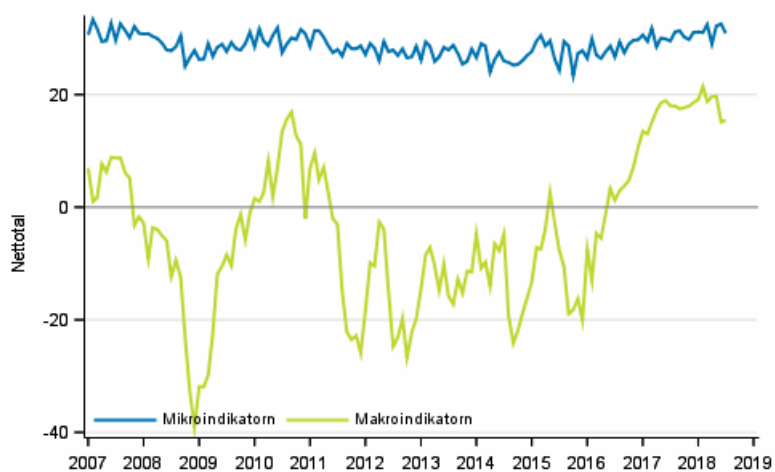
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

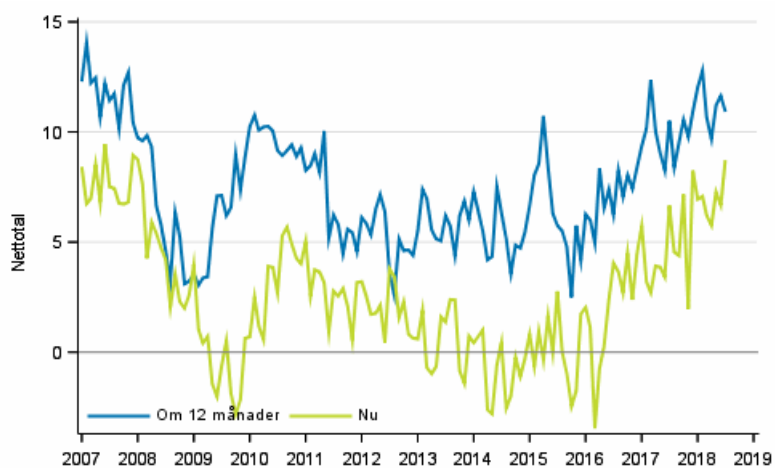


1) medeltal 10/1995 - 07/2018

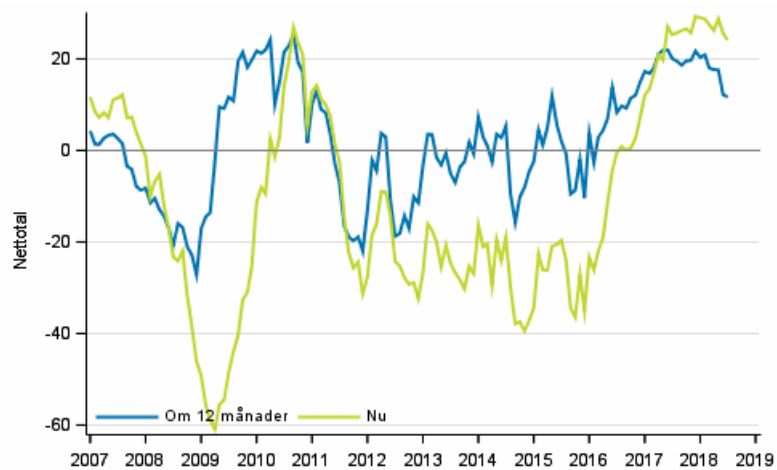
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



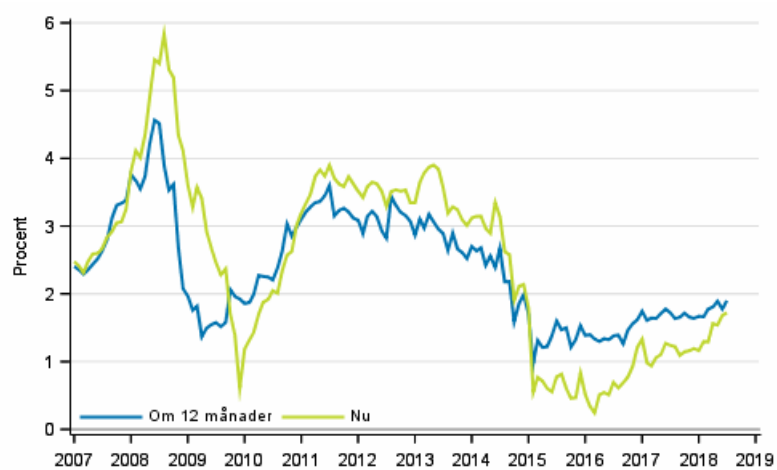
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



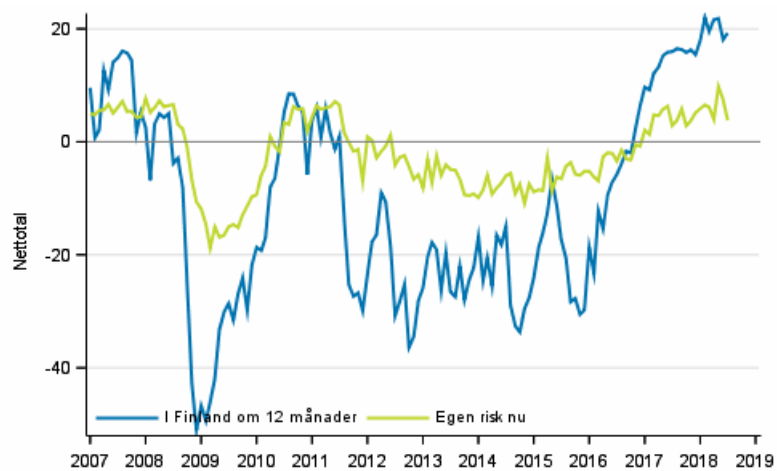
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



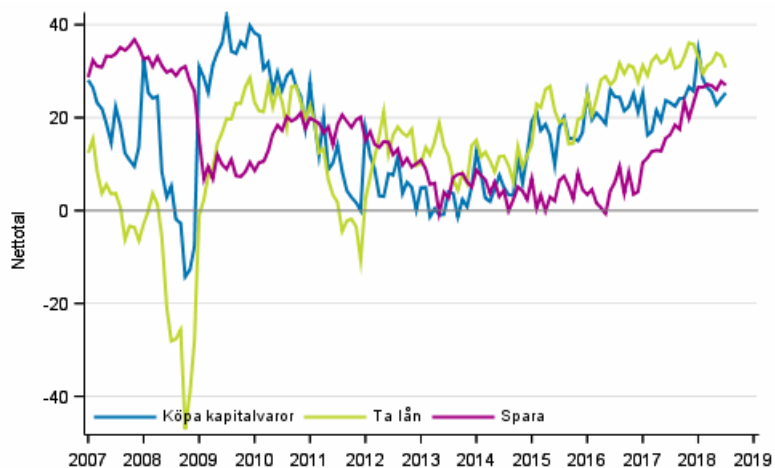
Figurbilaga 5. Inflation



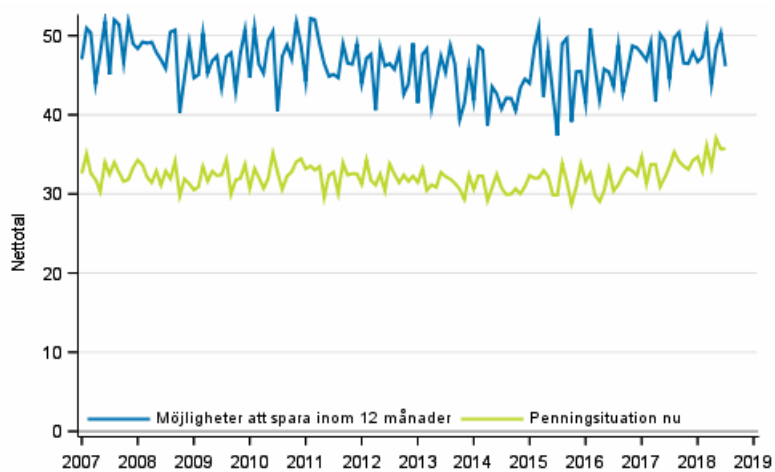
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



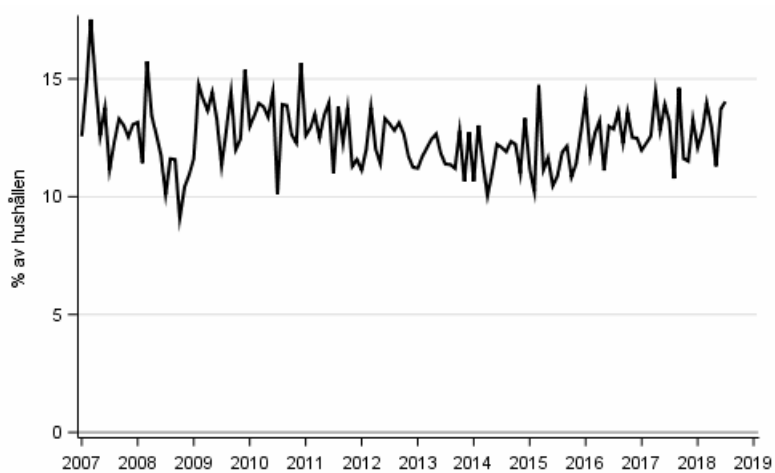
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



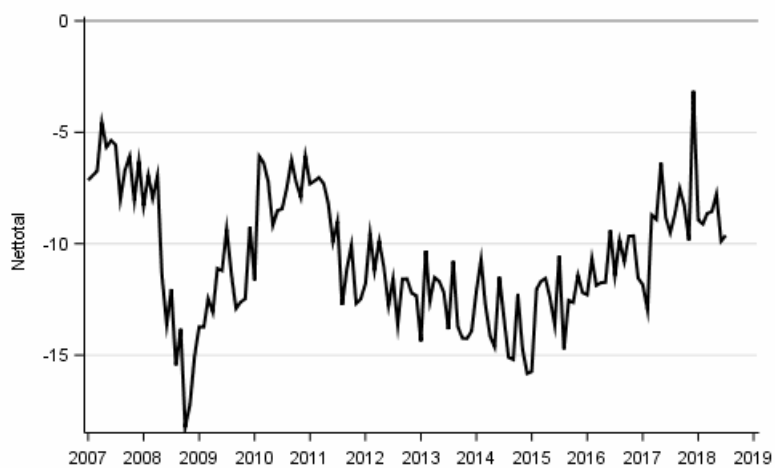
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



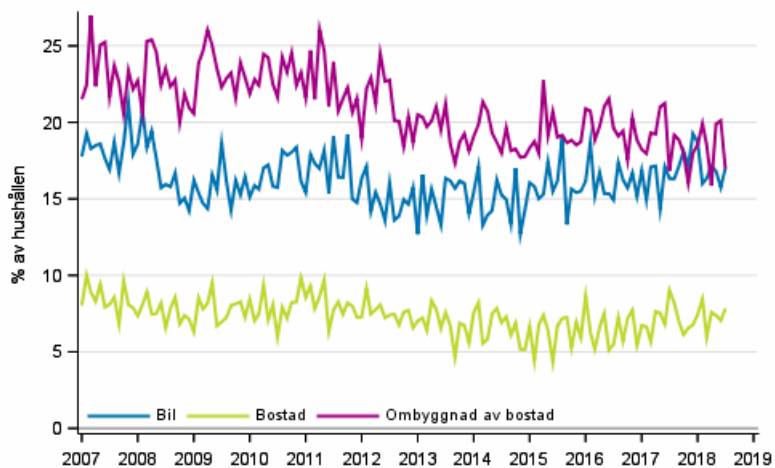
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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

Tuomas Parikka 029 551 3276

Ansvarig statistikdirektör:

Jari Tarkoma

konsument.barometern@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2018, juli. Statistikcentralen