

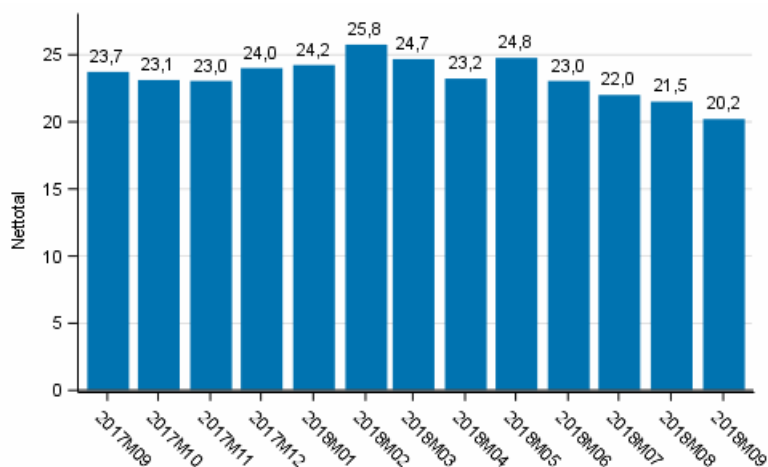
# Konsumentbarometern

2018, september

## Förtroendet bland konsumenterna sjunker, men är fortfarande på en stark nivå

Konsumenternas förtroendeindikator var i september 20,2, då den i augusti var 21,5 och i juli 22,0. I september i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 23,7. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,6. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 3–18 september 1 104 personer bosatta i Finland.

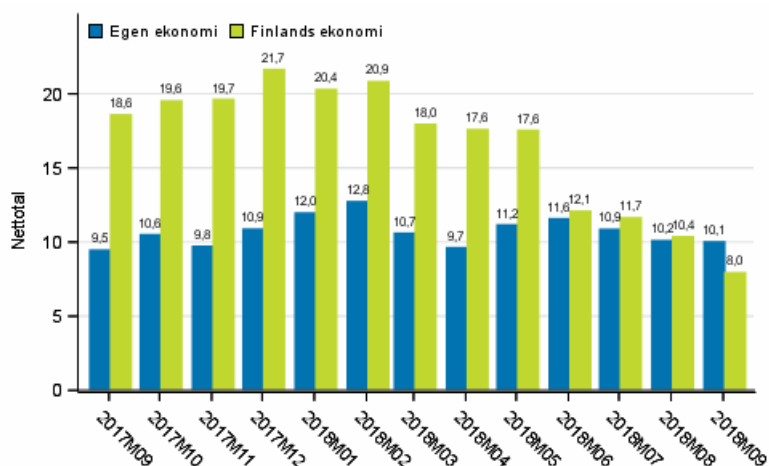
### Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i förtroendeindikatorn försvagades åter konsumenternas förväntningar på utvecklingen av Finlands ekonomi i september jämfört med föregående månad. Förväntningarna på utvecklingen av den egna ekonomin var mer eller mindre oförändrade. Konsumenternas syn på landets arbetslöshetssituation och hushållets möjligheter att spara försvagades bara en aning. Alla delfaktorer var i september fortfarande på en god nivå.

Under den ettåriga referensperioden sjönk synen på landets ekonomiska situation klart. Jämfört med september i fjol har synen på landets arbetslöshetssituation likaså försvagats. Synen på den egna ekonomin har förbättrats en aning och förväntningarna på möjligheterna att spara har försvagats något.

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



I september uppskattade konsumenterna att hushållets ekonomi är god. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var ytterst gynnsam för att spara och gynnsam också för att låna och köpa kapitalvaror. Under den senaste tiden har konsumenterna varit klart mindre oroade över att själva råka ut för arbetslöshet.

### Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I september var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn 24,8) och svagast i övriga delar av Södra Finland (17,4). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de mest optimistiska (33,2). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var arbetslösa (13,4) och pensionärer (12,2). Männerna hade ett starkare förtroende för ekonomin (21,6) än kvinnorna (18,8).

### Ägandet av apparater i hushållen i augusti

I augusti hade redan 87 procent av hushållen med personer i åldern 15–84 år dator och 92 procent internetförbindelse. Femtiosex procent av hushållen hade skaffat en surfplatta. Åttiofyra procent av hushållen ägde minst en smarttelefon och 23 procent kroppsnära datateknik såsom aktivitetsarmband, smartklockor eller smarta glasögon.

I augusti hade 36 procent av hushållen smart-tv. I 30 procent av hushållen fanns en spelkonsol och i några t.o.m. 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 003. Efter år 2018 utreder man inte längre i samband med konsumentbarometern hur vanliga apparaterna är i hushållen. Statistikcentralen fortsätter att statistikföra uppgifter om apparater på andra sätt som specificeras senare.

### EU-resultat

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

### Begrepp

**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 delfaktorenas 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.....	5
Metoden för konsumentbarometern.....	5

## 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
<b>Förekomsten av apparater i hushållen</b>	
Figurbilaga 12. Förekomsten av apparater och anslutningar i hushållen, augusti 2018.....	13
Figurbilaga 13. Televisionsapparater i hushållen 2/2000–8/2018 (15–74-åriga målpersoners hushåll).....	13
Figurbilaga 14. Informationsteknik i hushållen 2/2000–8/2018 (15–74-åriga målpersoners hushåll).....	14
Figurbilaga 15. Telefoner och bil i hushållen 2/2000–8/2018 (15–74-åriga målpersoners hushåll).....	14

# Översikt

## Egen och Finlands ekonomi

I september trodde 32 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Sexton procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i augusti 34 och 14 procent och i september i fjol 46 och 9 procent.

I september litade 27 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 29 och 11 procent och för ett år sedan likaså 27 och 11 procent.

## Arbetslöshet och inflation

I september litade 45 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året medan bara 16 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I augusti var andelarna 45 och 15 procent och för ett år sedan 48 och 16 procent.

Av de sysselsatta upplevde 31 procent i september att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa. Tjugo procent av de sysselsatta antog att risken för arbetslöshet minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan färre än under den senaste tiden, dvs. 10 procent, bedömde att risken hade ökat.

I september uppskattade konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,0 procent under de följande 12 månaderna. Inflationsförväntningarna var för ett år sedan 1,7 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,1 procent.

## Sparande och låntagning

I september antog 71 procent av konsumenterna att tidpunkten att spara är god. Långtidsmedelvärdet är 58 procent. Av hushållen hade 68 procent sparat i september och 79 procent trodde att de kan spara under det följande året.

Av konsumenterna ansåg 70 procent i september att det är fördelaktigt att ta lån. Långtidsmedelvärdet är 63 procent. I september funderade 14 procent av hushållen på att ta lån under det följande året.

## Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 44 procent i september att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Planerna på att använda pengar var för det mesta återhållsamma och på samma nivå som under motsvarande period året innan. Av hushållen hade 18 procent för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil inom ett år. Åtta procent av hushållen planerade att köpa bostad. I september planerade 18 procent av hushållen att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

## 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 september 2018 erhöles svar från 1 104 personer; därmed var bortfallet av svar 53,0 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-	09/2017	08/2018	09/2018	Utsikter <sup>1)</sup>
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,6	25,8	-6,5	23,7	21,5	20,2	++
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,9	20,6	-15,0	16,6	16,0	14,1	+
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,8	33,4	9,5	31,3	32,0	30,6	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	0,9	22,8	-39,1	17,5	12,8	11,3	+
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,9	9,8	-4,0	4,4	7,8	6,4	+
- Bättre (%)	23,4	30,6	16,4	25,6	27,9	27,3	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	16,6	14,8	15,8	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	9,5	10,2	10,1	+
- Bättre (%)	25,9	33,4	18,2	27,0	29,1	27,3	
- Sämre (%)	11,3	17,7	6,6	10,9	10,9	11,2	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-1,2	29,5	-60,9	26,2	23,3	20,7	++
- Bättre (%)	28,0	62,1	2,0	58,8	50,9	48,7	
- Sämre (%)	27,5	88,5	4,2	9,7	7,5	9,9	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,4	25,3	-27,1	18,6	10,4	8,0	+
- Bättre (%)	32,2	57,3	11,6	46,2	34,2	32,0	
- Sämre (%)	22,0	57,3	6,0	9,2	13,8	16,1	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	1,1	1,7	1,6	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,1	4,6	0,6	1,7	2,0	2,0	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-2,5	27,6	-51,1	16,3	15,2	14,5	+
- Mindre (%)	31,1	60,8	6,4	47,9	45,3	45,1	
- Mera (%)	33,4	83,3	6,9	15,7	15,1	15,8	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,7	9,8	-18,8	5,8	5,6	8,1	++
- Minskat (%)	13,4	20,4	5,3	16,6	16,8	19,9	
- Ökat (%)	16,7	31,9	7,9	11,3	11,3	9,8	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,8	41,8	-14,2	24,1	28,0	25,5	+
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	44,5	43,9	44,3	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	25,8	45,7	15,2	20,4	15,9	18,8	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,2	36,8	-19,6	17,5	29,2	28,9	++
- Bra tid (%)	58,4	80,7	33,4	62,5	71,3	71,3	
- Dålig tid (%)	36,1	58,5	15,5	31,6	21,4	23,4	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	18,6	42,0	-47,1	31,0	29,5	27,8	+
- Bra tid (%)	62,8	78,2	13,3	72,1	69,8	69,8	
- Dålig tid (%)	30,1	83,4	12,1	20,3	19,6	22,6	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,9	37,0	14,7	34,1	35,6	33,6	+
- Kan spara (%)	60,3	70,4	38,6	68,3	69,9	68,2	

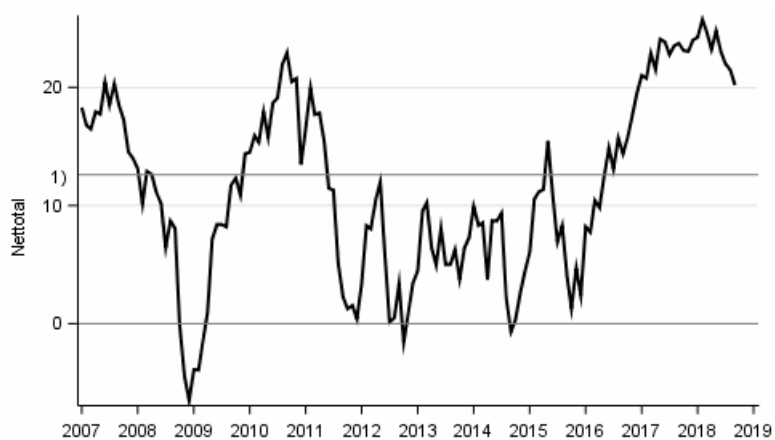
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	09/2017	08/2018	09/2018	Utsikter <sup>1)</sup>
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	7,3	6,7	7,4	
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	40,1	52,2	10,9	50,4	50,2	48,2	+
- Kan spara (%)	74,4	82,3	56,6	80,8	79,2	79,1	
- Kan inte spara (%)	23,8	40,3	16,5	17,5	18,1	19,4	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,1	17,8	9,1	14,6	12,7	14,0	+
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	6,7	6,0	6,2	
- Eventuellt (%)	7,5	11,4	5,0	7,9	6,7	7,7	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-7,5	-8,0	-6,3	+
- Mera (%)	21,3	30,8	13,9	19,3	20,2	20,4	
- Mindre (%)	32,6	40,4	25,6	28,3	29,4	28,0	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	17,1	16,7	17,7	+
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	8,9	7,8	8,1	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	8,3	8,9	9,6	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	7,0	7,7	6,2	-
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	2,4	2,8	2,2	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,5	5,0	4,0	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	18,9	18,4	17,8	-
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	12,0	9,7	10,1	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,9	8,7	7,8	

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



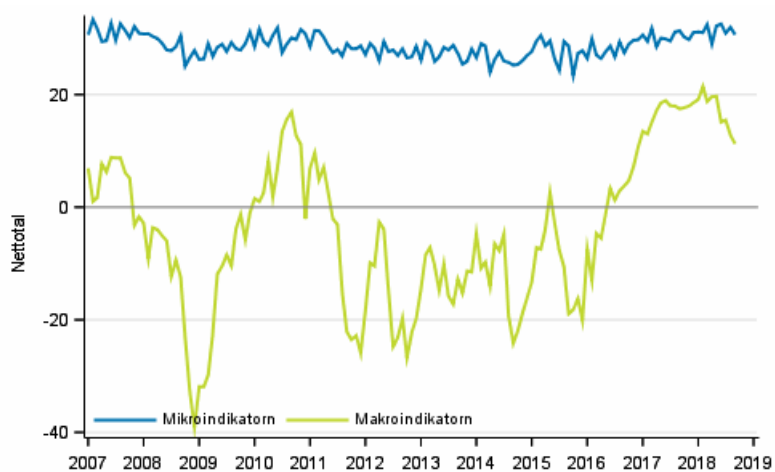
# Figurbilagor

## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

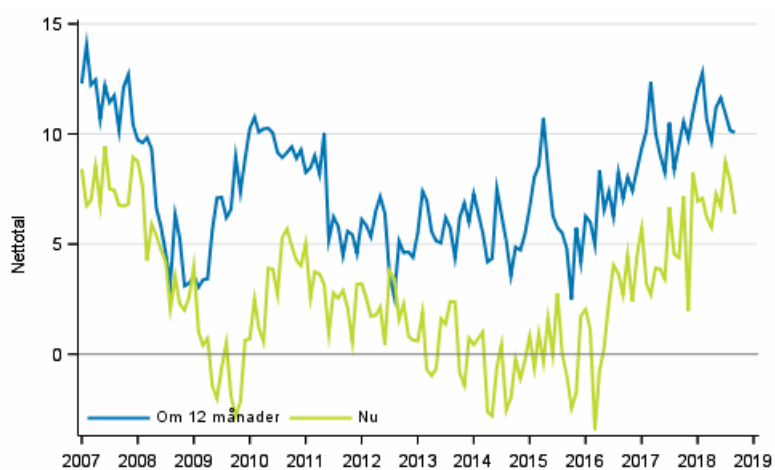


1) medeltal 10/1995 - 09/2018

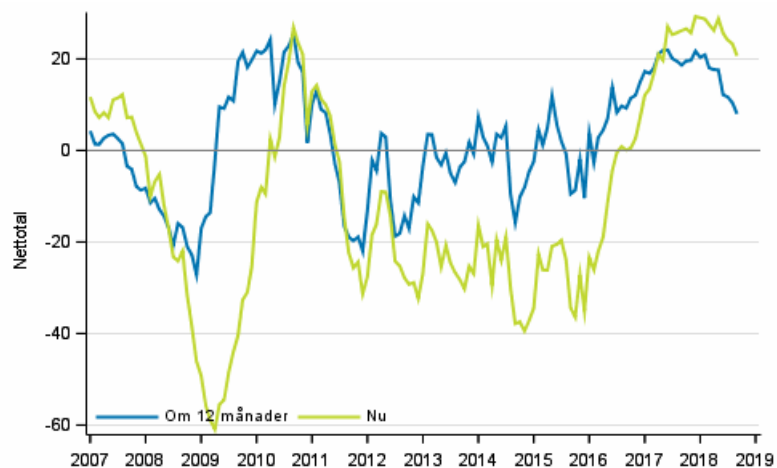
## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



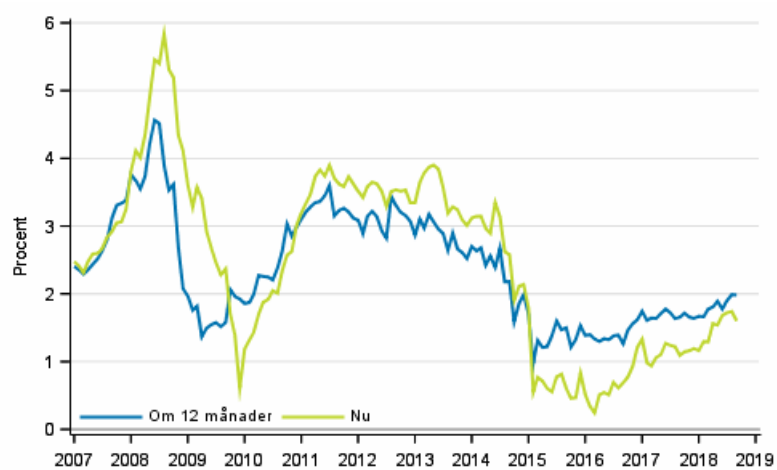
## Figurbilaga 3. Egen ekonomi



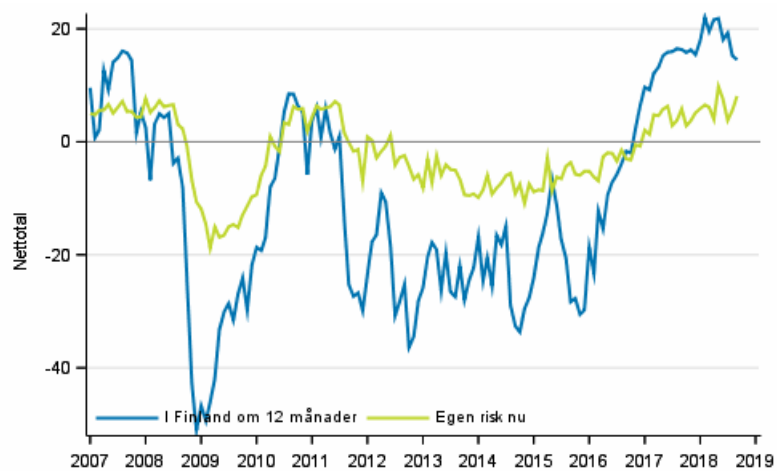
**Figurbilaga 4. Finlands ekonomi**



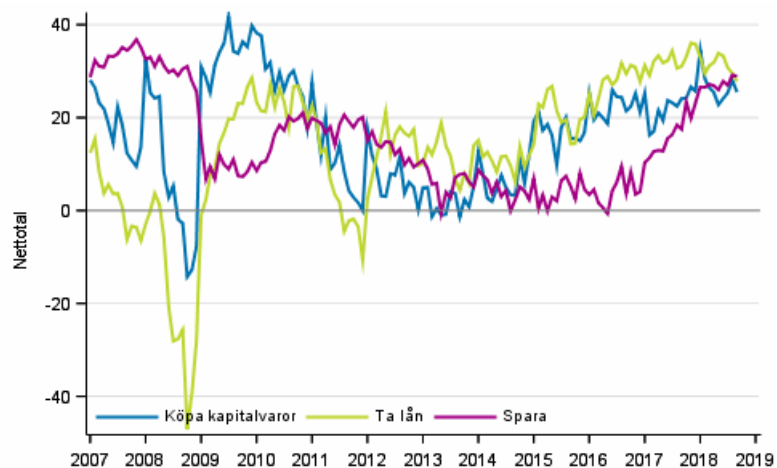
**Figurbilaga 5. Inflation**



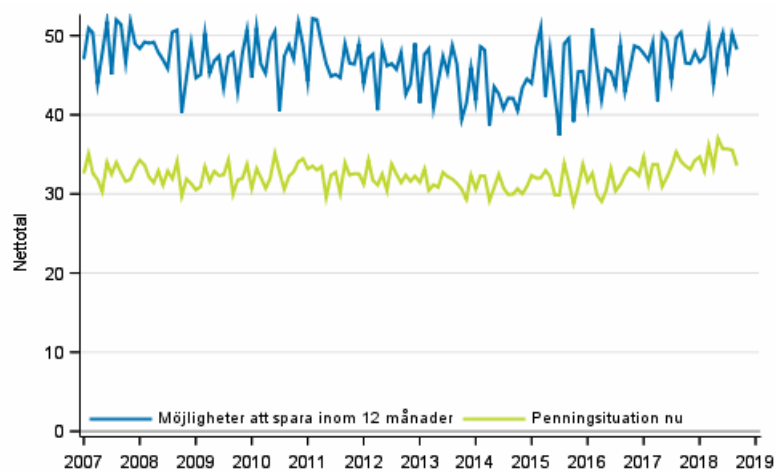
**Figurbilaga 6. Arbetslöshet**



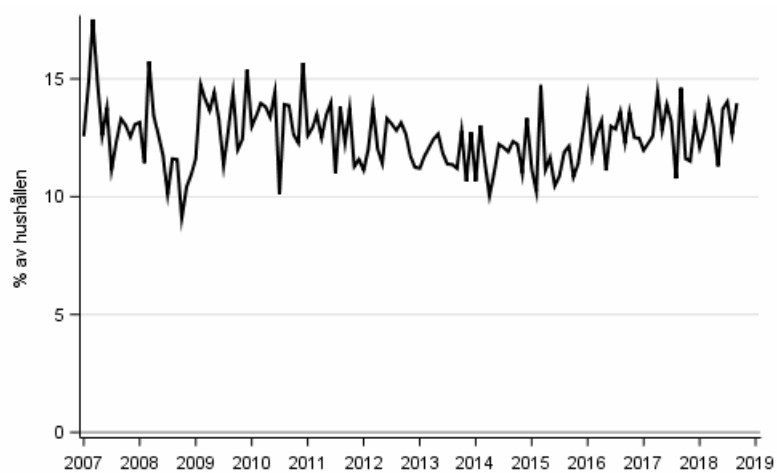
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



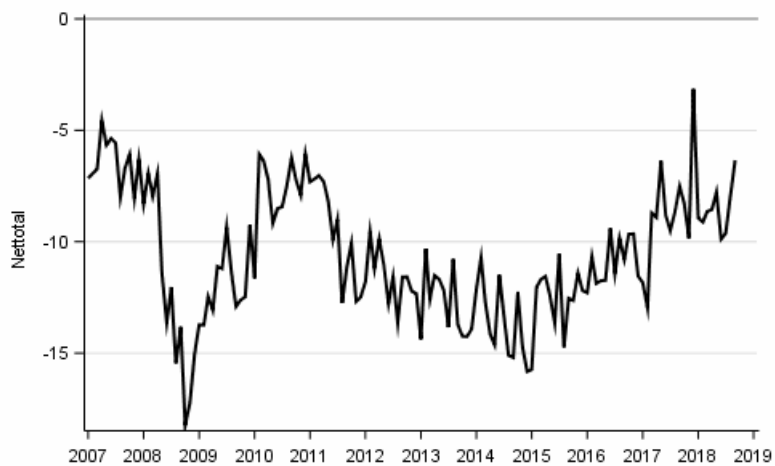
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara**



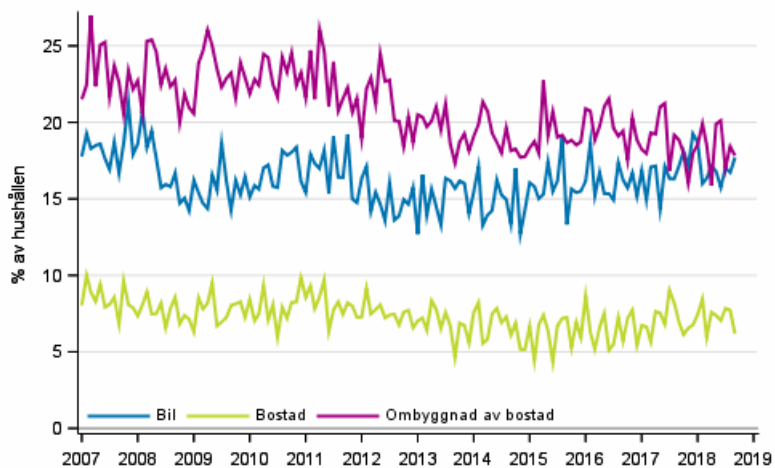
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



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

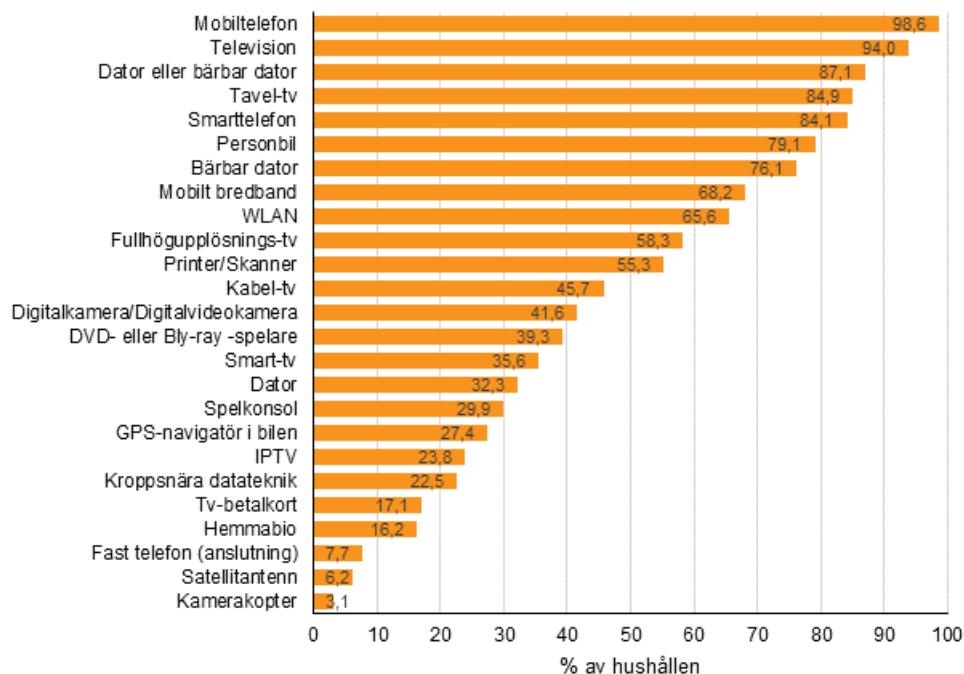


**Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader**

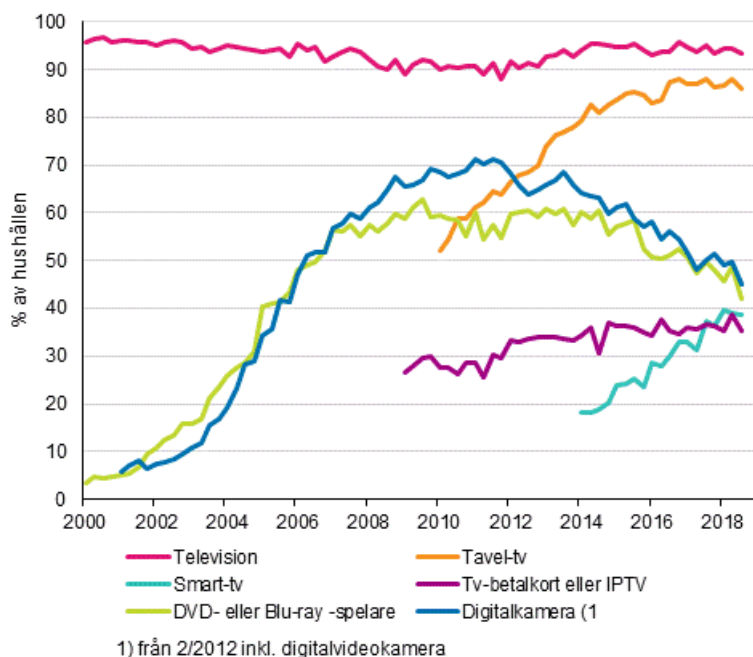


# Förekomsten av apparater i hushållen

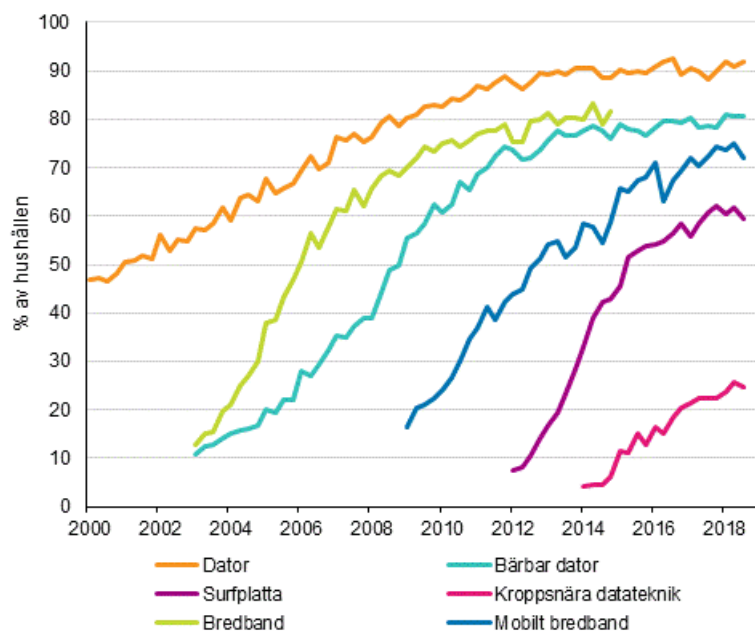
**Figurbilaga 12. Förekomsten av apparater och anslutningar i hushållen, augusti 2018**



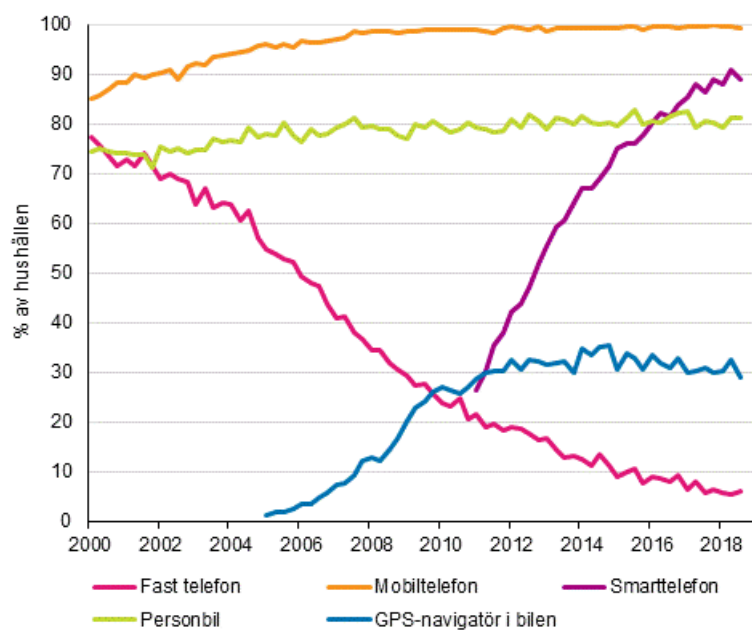
**Figurbilaga 13. Televisionsapparater i hushållen 2/2000–8/2018 (15–74-åriga målpersoners hushåll)**



**Figurbilaga 14. Informationsteknik i hushållen 2/2000–8/2018  
(15–74-åriga målpersoners hushåll)**



**Figurbilaga 15. Telefoner och bil i hushållen 2/2000–8/2018  
(15–74-åriga målpersoners hushåll)**



## Förfrågningar

Tuomas Parikka 029 551 3276

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, september. Statistikcentralen