

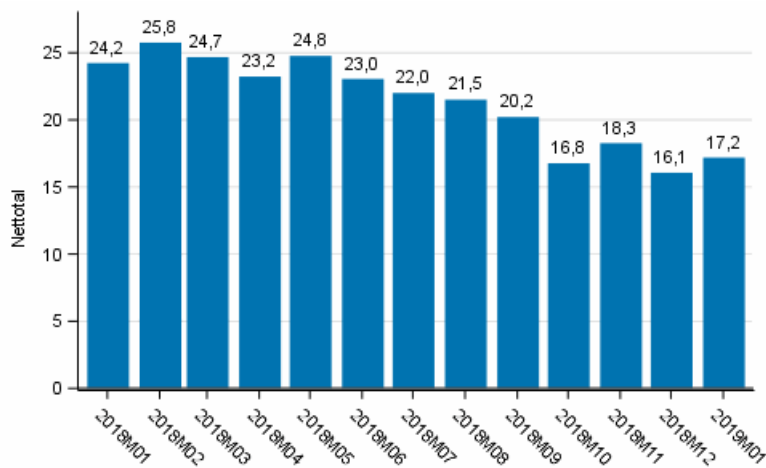
Konsumentbarometern

2019, januari

Konsumenterna har starkt förtroende för den egna ekonomin

Konsumenternas förtroende för ekonomin är på en bra nivå. Konsumenternas förtroendeindikator var i januari 17,2, då den i december var 16,1 och i november 18,3. I januari i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 24,2. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,7. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 2–18 januari 1 154 personer bosatta i Finland.

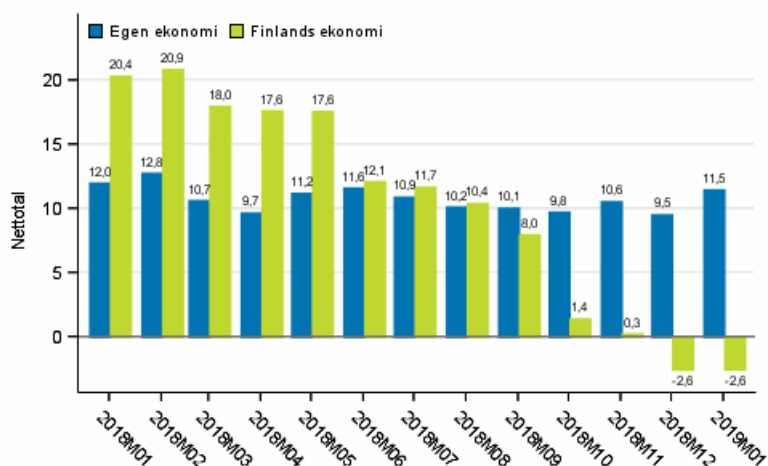
Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i förtroendeindikatorn förbättrades i januari konsumenternas förväntningar på den egna ekonomin och på möjligheterna att spara jämfört med december. Förväntningarna på dem var mycket ljusa, i fråga om sparande ljusare än någonsin tidigare. Däremot var synen på Finlands ekonomi och arbetslöshetsutvecklingen oförändrad i januari. Bilden av arbetslösheten var tämligen ljus, men förväntningarna på Finlands ekonomi pessimistiska.

Jämfört med motsvarande tid i fjol försvagades i januari tron på Finlands ekonomi och på att arbetslösheten minskar. Synen på den egna ekonomin var däremot oförändrad och synen på möjligheterna att spara förbättrades också klart från året innan.

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



I januari uppskattade konsumenterna att hushållets ekonomi är på en mycket god nivå. Sysselsatta konsumenter upplevde att risken för att själva råka ut för arbetslöshet fortfarande minskat något under den senaste tiden. Tidpunkten ansågs mycket gynnsam för att spara och även gynnsam för att köpa kapitalvaror, men inte lika gynnsam för att ta lån. Planerna på att inom ett år använda pengar för att skaffa kapitalvaror var mycket försiktiga i januari.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I januari var förtroendet för ekonomin starkast i Norra Finland (förtroendeindikatorn 19,8) och svagast i Östra Finland (12,2). Av befolkningsgrupperna var lägre tjänstemän de mest optimistiska (25,1). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärerna (8,6).

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 delfaktorernas nettotal. 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 januari var det bara 22 procent av konsumenterna som trodde att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Tjugosju procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i december 24 och 27 procent och i januari i fjol optimistiska 48 och 7 procent.

I januari litade 29 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 10 procent befarade att den blir sämre inom ett år. En månad tidigare var andelarna 28 och 13 procent och för ett år sedan 29 och 8 procent.

Arbetslöshet och inflation

I januari litade 33 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och 21 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I december var andelarna 35 och 22 procent och för ett år sedan mycket optimistiska 50 och 14 procent.

Av de sysselsatta upplevde 31 procent i januari 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 13 procent antog att risken ökat.

I januari bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,9 procent under de följande 12 månaderna. Ännu i december var inflationsförväntningarna 2,2 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,1 procent.

Sparande och låntagning

I januari ansåg 71 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Långtidsmedelvärdet är 59 procent. Av hushållen hade 72 procent sparat i januari och rentav 82 procent trodde att de kan spara under det följande året. Långtidsmedelvärdet för dessa andelar är 61 och 75 procent.

I januari ansåg 65 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Ännu för ett år sedan var motsvarande andel 74 procent. I januari funderade 13 procent av hushållen på att ta lån inom ett år.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 44 procent i januari att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. För ett år sedan var andelen 50 procent. Färre än vanligt, dvs. 15 procent av hushållen, hade för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil inom ett år. Av hushållen planerade 8 procent att köpa bostad. I januari planerade 19 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. Dessutom utreder man hushållens planer på att göra anskaffningar, spara eller ta lån. 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 [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, bostättningsområde och modersmål. Intervjuerna görs i huvudsak från Statistikcentralens telefonintervjucentral (CATI), under de två eller tre första veckorna av månaden.

I januari 2019 erhöles svar från 1 154 personer; därmed var bortfallet av svar 50,9 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

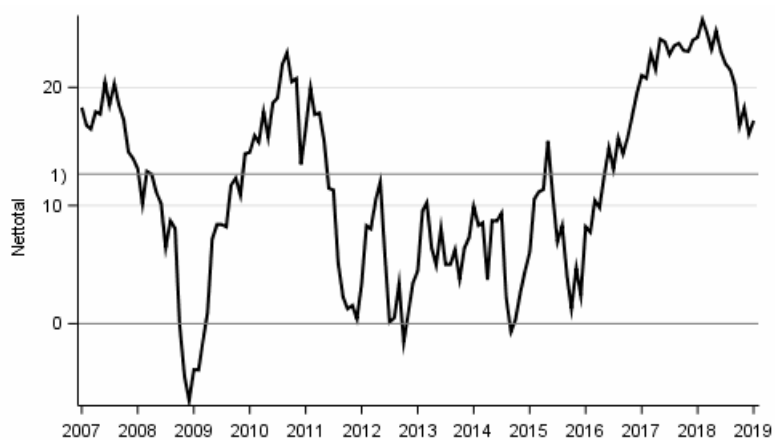
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	01/2018	12/2018	01/2019	Utsikter ¹⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,7	25,8	-6,5	24,2	16,1	17,2	+
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,9	20,6	-15,0	20,6	7,9	10,4	+
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,9	34,0	9,5	31,1	32,5	34,0	++
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	1,0	22,8	-39,1	19,1	2,0	1,8	=
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,0	9,8	-4,0	6,9	6,3	6,9	+
- Bättre (%)	23,4	30,6	16,4	26,7	25,7	26,1	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	14,5	15,8	14,3	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,5	14,1	2,3	12,0	9,5	11,5	++
- Bättre (%)	25,9	33,4	18,2	28,8	28,4	29,2	
- Sämre (%)	11,3	17,7	6,6	8,2	13,0	9,7	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-1,0	29,5	-60,9	29,0	9,7	10,8	+
- Bättre (%)	28,1	62,1	2,0	60,2	34,1	35,9	
- Sämre (%)	27,3	88,5	4,2	6,6	15,8	15,2	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,3	25,3	-27,1	20,4	-2,6	-2,6	-
- Bättre (%)	32,1	57,3	11,6	47,8	24,1	22,2	
- Sämre (%)	22,1	57,3	6,0	7,4	27,5	27,3	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	1,2	2,0	1,6	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,1	4,6	0,6	1,7	2,2	1,9	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-2,3	27,6	-51,1	17,9	6,5	6,2	+
- Mindre (%)	31,2	60,8	6,4	49,5	35,2	33,2	
- Mera (%)	33,2	83,3	6,9	13,5	21,7	20,8	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,5	9,8	-18,8	5,9	5,6	3,4	+
- Minskat (%)	13,5	20,4	5,3	17,2	16,8	16,2	
- Ökat (%)	16,6	31,9	7,9	11,2	10,1	13,3	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,8	41,8	-14,2	34,5	16,5	25,2	+
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	49,8	40,3	44,4	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	25,8	45,7	15,2	15,2	23,8	19,2	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,4	36,8	-19,6	26,6	27,3	28,1	++
- Bra tid (%)	58,6	80,7	33,4	69,6	71,0	71,3	
- Dålig tid (%)	35,9	58,5	15,5	23,4	24,6	22,6	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	18,6	42,0	-47,1	33,0	15,9	21,9	=
- Bra tid (%)	62,8	78,2	13,3	73,6	61,2	64,8	
- Dålig tid (%)	30,0	83,4	12,1	18,7	31,8	26,6	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	29,0	37,3	14,7	34,7	37,1	36,9	++
- Kan spara (%)	60,5	71,9	38,6	68,3	69,8	71,9	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	01/2018	12/2018	01/2019	Utsikter ¹⁾
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	6,7	5,9	6,3	
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	40,3	53,6	10,9	46,7	50,8	53,6	++
- Kan spara (%)	74,5	82,3	56,6	78,4	80,2	81,5	
- Kan inte spara (%)	23,7	40,3	16,5	20,8	18,9	17,2	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,1	17,8	9,1	12,1	12,1	13,2	=
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	6,3	5,4	7,2	
- Eventuellt (%)	7,5	11,4	5,0	5,8	6,8	6,0	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-8,9	-10,6	-13,4	--
- Mera (%)	21,3	30,8	13,9	18,9	18,7	17,5	
- Mindre (%)	32,6	40,4	25,6	30,6	33,8	36,7	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,7	21,7	12,7	18,7	14,4	15,0	-
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	9,5	6,3	7,9	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	9,2	8,1	7,0	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	7,4	6,0	8,1	+
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	3,1	2,9	3,3	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,3	3,1	4,8	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	18,5	17,6	18,9	=
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	11,0	12,2	11,7	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	7,6	5,5	7,2	

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

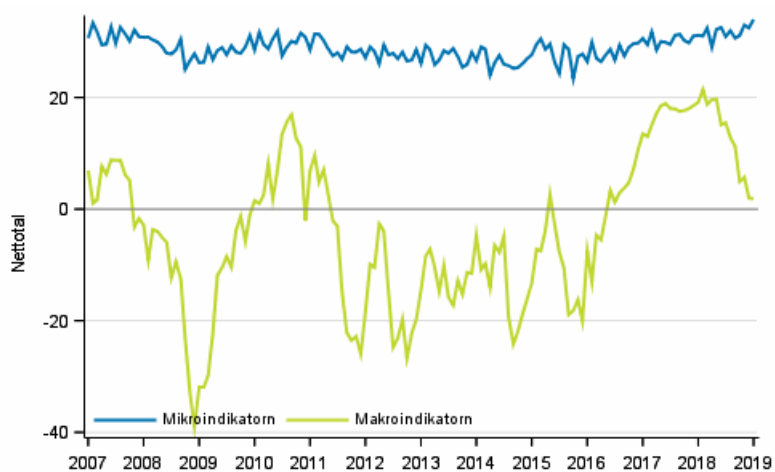
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

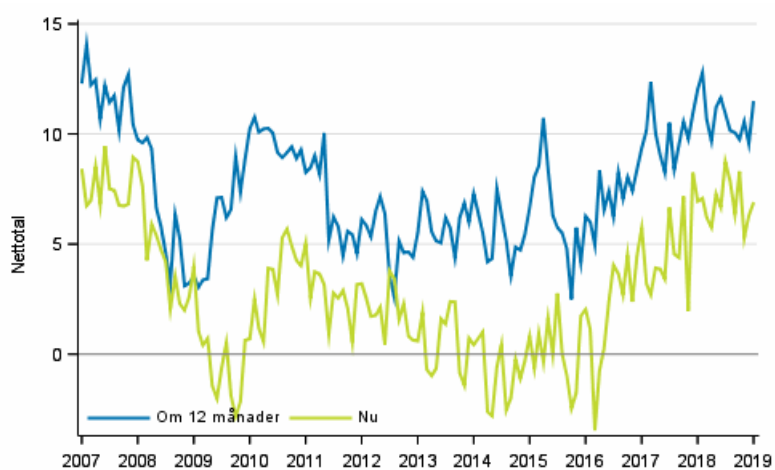


1) medeltal 10/1995 - 01/2019

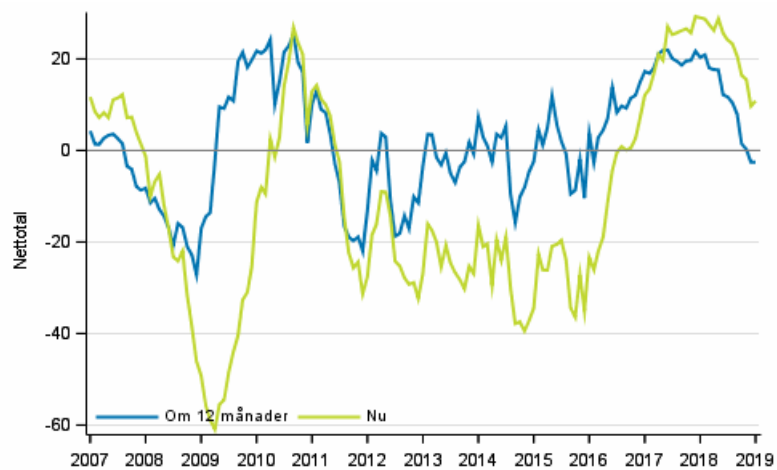
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



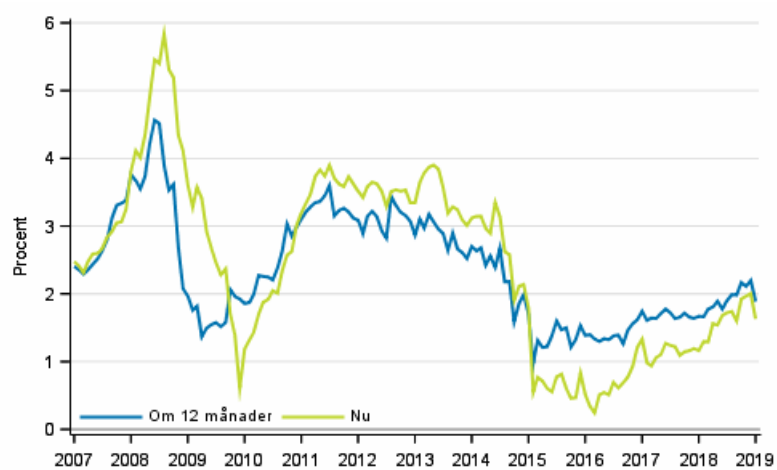
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



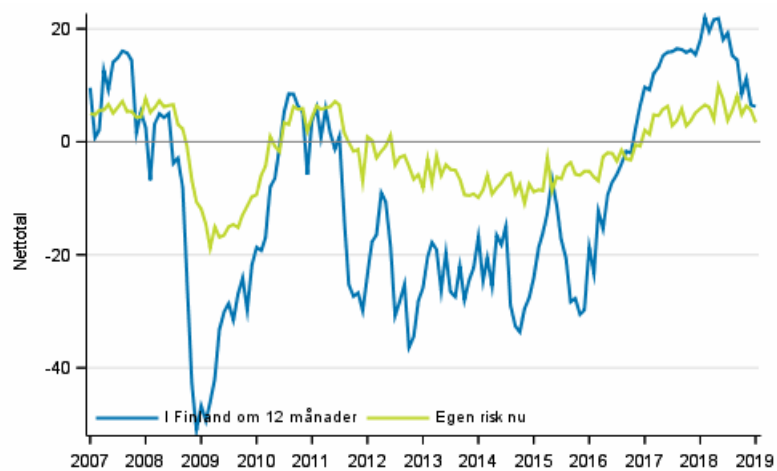
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



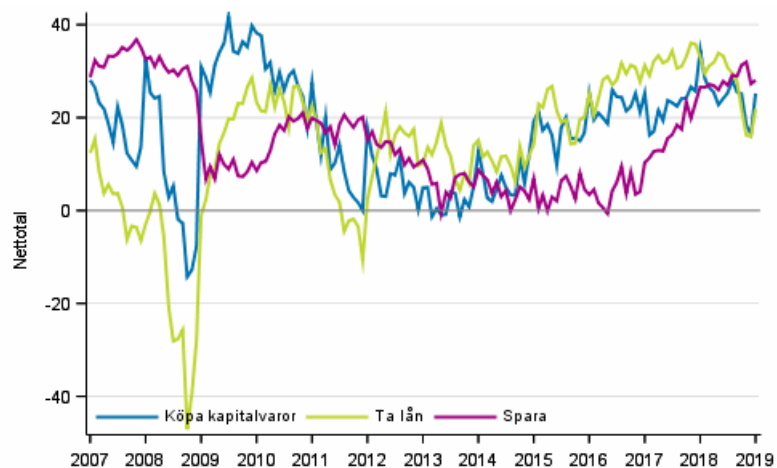
Figurbilaga 5. Inflation



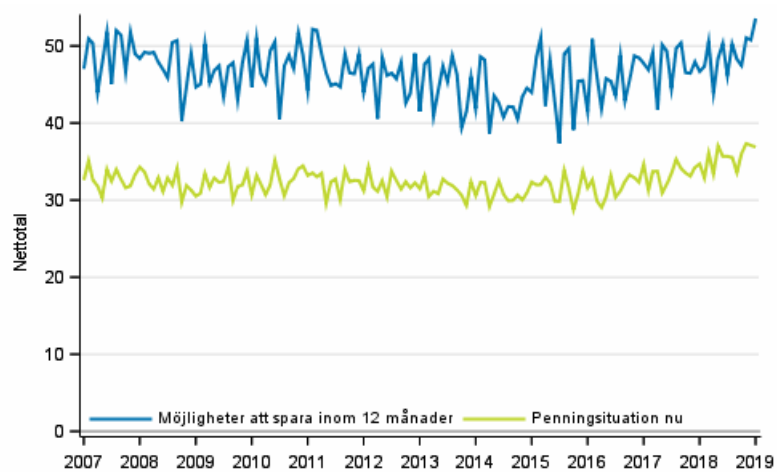
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



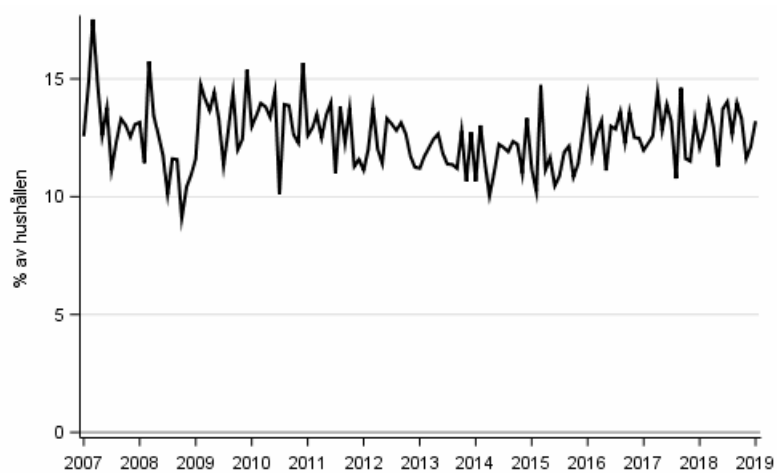
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



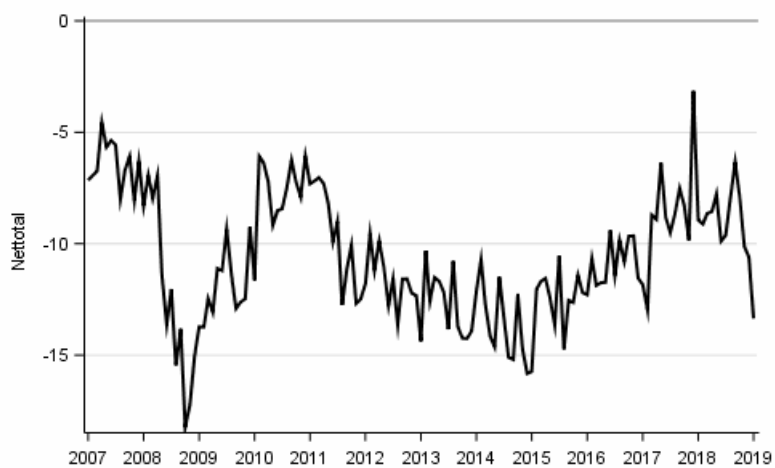
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



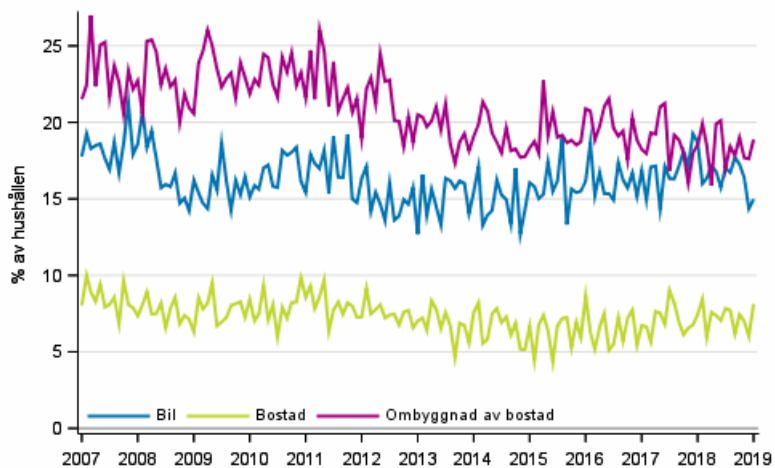
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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 2019, januari. Statistikcentralen