

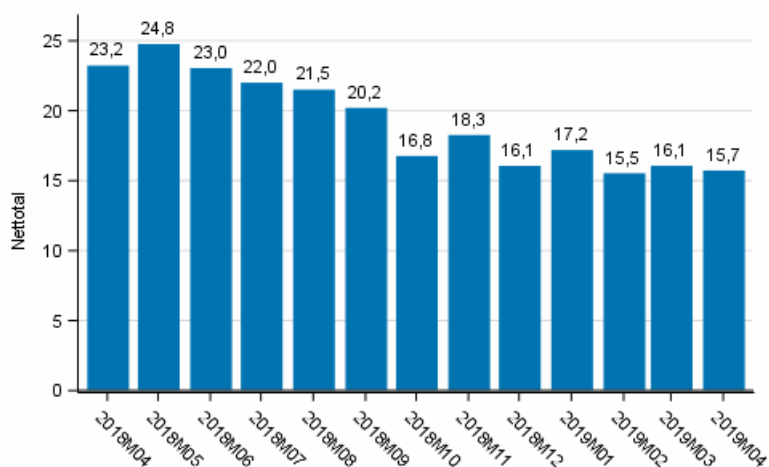
Konsumentbarometern

2019, april

Konsumenternas förtroende oförändrat i april

Konsumenternas förtroende för ekonomin har redan under ungefär ett halvårs tid hållits på samma moderata nivå. Konsumenternas förtroendeindikator var i april 15,7 medan den i mars var 16,1 och i februari 15,5. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,7. Året innan i april fick förtroendeindikatorn ett klart högre värde 23,2. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades 1–17 april 1 143 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator

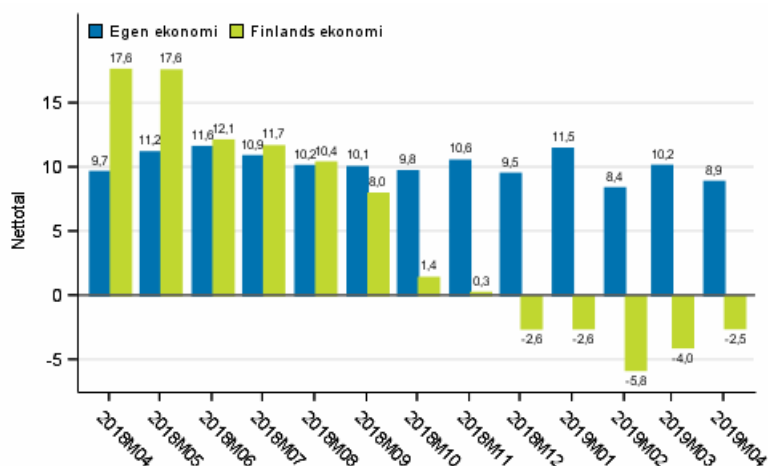


Av de fyra delfaktorerna i förtroendeindikatorn förstärktes i april bara konsumenternas förväntningar på Finlands ekonomi något jämfört med mars. Synen på landets ekonomiska utveckling var dock fortfarande rätt så dyster. De övriga tre delfaktorerna i förtroendeindikatorn försvagades alla något i april.

Konsumenternas syn på den egna ekonomin och på möjligheterna att spara var dock fortsatt moderat respektive utmärkt. Också förväntningarna på en minskning av arbetslösheten var fortfarande positiva.

Jämfört med motsvarande period i fjol förstärktes i april bara synen på de egna möjligheterna att spara. Övriga delfaktorer försvagades under ett år, förväntningarna på den allmänna ekonomiska utvecklingen i Finland betydligt.

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



I april uppskattade konsumenterna att hushållets ekonomi är på en mycket god nivå. Sysselsatta konsumenter upplevde att risken för att själva råka ut för arbetslöshet ytterligare minskat något under den senaste tiden. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var mycket gynnsam för att spara men också god för att ta lån och köpa kapitalvaror. Planerna på att använda pengar på kapitalvaror inom ett år visade i april en liten återhämtning särskilt jämfört med mars.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I april var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn 17,0) och i Norra Finland(16,9) och svagast i Östra Finland (10,4). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de mest optimistiska (25,0). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärerna (4,3).

Många ändringar i konsumentbarometern i maj

Konsumentbarometerns namn, datainsamlingsmetod, urvalsdesign och datainnehåll ändras fr.o.m. maj. Mer om ändringarna finns på statistikens [webbsidor](#).

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 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 21 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Tjugofem procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i mars 21 och 28 procent och i april i fjol optimistiska 43 och 9 procent.

I april litade 27 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 12 procent befarade att den blir sämre inom ett år. En månad tidigare var andelarna 28 och 11 procent och för ett år sedan 26 och 10 procent.

Arbetslöshet och inflation

I april litade 34 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och 23 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I mars var andelarna 36 och 23 procent och för ett år sedan mycket optimistiska 54 och 11 procent.

Av de sysselsatta upplevde rentav 36 procent i april att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa. Av de sysselsatta antog 14 procent att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 10 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 2,1 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 73 procent i april att det är fördelaktigt att spara. Långtidsmedelvärdet är 59 procent. Av hushållen hade 69 procent sparat i april och 80 procent trodde att de kan spara under det följande året. Långtidsmedelvärdet för de här andelarna var 61 och 75 procent.

I april ansåg 69 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Av hushållen planerade 13 procent att ta lån inom ett år.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna ansåg 42 procent i april att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Långtidsmedelvärdet är 45 procent. Av konsumenterna avsåg 21 procent att öka och 31 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året. I mars var motsvarande andelar 19 och 34 procent.

I april hade 17 procent av hushållen för avsikt att säkert eller eventuellt köpa bil inom ett år. Sju procent av hushållen planerade att köpa bostad. Som brukligt under våren planerade fler hushåll än vanligt, dvs. 21 procent, 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 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 2019 erhöles svar från 1 143 personer; därmed var bortfallet av svar 51,4 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

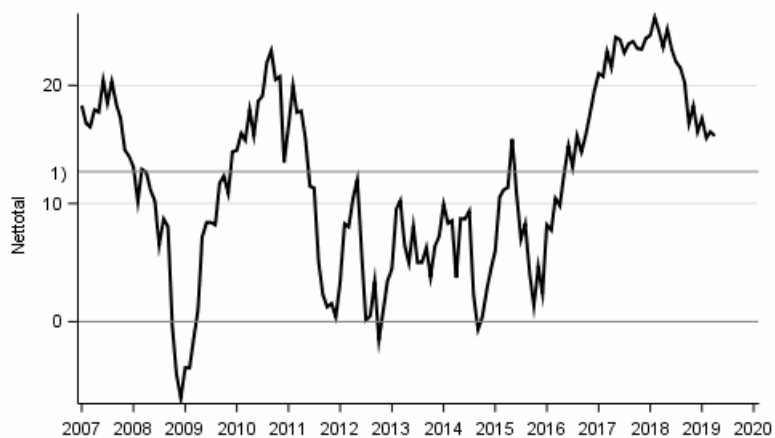
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2018	03/2019	04/2019	Utsikter ¹⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,7	25,8	-6,5	23,2	16,1	15,7	+
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,9	20,6	-15,0	16,9	7,5	8,9	+
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	26,0	34,0	9,5	29,0	32,2	31,6	++
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	1,0	22,8	-39,1	19,6	1,1	1,4	=
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,0	9,8	-4,0	5,8	8,0	7,0	+
- Bättre (%)	23,5	30,6	16,4	25,4	28,9	27,1	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	15,1	15,9	15,4	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,5	14,1	2,3	9,7	10,2	8,9	=
- Bättre (%)	25,9	33,4	18,2	26,4	28,3	27,0	
- Sämre (%)	11,3	17,7	6,6	9,7	11,1	12,1	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-1,0	29,5	-60,9	26,2	5,1	9,3	+
- Bättre (%)	28,2	62,1	2,0	56,2	29,3	31,5	
- Sämre (%)	27,2	88,5	4,2	8,3	17,8	13,6	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,2	25,3	-27,1	17,6	-4,0	-2,5	-
- Bättre (%)	32,0	57,3	11,6	43,2	20,7	21,0	
- Sämre (%)	22,1	57,3	6,0	8,9	28,3	25,4	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	1,6	1,7	1,6	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,1	4,6	0,6	1,8	1,9	1,8	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-2,3	27,6	-51,1	21,6	6,3	5,4	+
- Mindre (%)	31,2	60,8	6,4	53,9	35,8	34,2	
- Mera (%)	33,1	83,3	6,9	11,4	22,5	22,8	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,4	9,8	-18,8	4,0	6,0	4,9	+
- Minskat (%)	13,5	20,4	5,3	15,7	18,6	13,7	
- Ökat (%)	16,5	31,9	7,9	12,4	11,9	10,2	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,8	41,8	-14,2	25,4	18,2	21,8	+
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,5	62,4	29,6	44,5	38,9	42,0	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	25,7	45,7	15,2	19,1	20,6	20,2	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,6	36,8	-19,6	26,9	27,9	31,2	++
- Bra tid (%)	58,7	80,7	33,4	70,4	70,9	73,0	
- Dålig tid (%)	35,7	58,5	15,5	22,8	24,1	21,2	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	18,6	42,0	-47,1	31,9	23,6	27,2	+
- Bra tid (%)	62,9	78,2	13,3	74,0	67,7	68,7	
- Dålig tid (%)	30,0	83,4	12,1	18,2	25,0	22,1	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	29,1	37,3	14,7	33,4	34,7	34,9	++
- Kan spara (%)	60,6	72,2	38,6	67,3	69,6	68,9	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2018	03/2019	04/2019	Utsikter ¹⁾
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	7,5	8,0	7,6	
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	40,4	53,6	10,9	43,9	51,8	51,1	++
- Kan spara (%)	74,6	82,3	56,6	76,4	79,7	79,7	
- Kan inte spara (%)	23,7	40,3	16,5	22,2	18,2	18,4	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,1	17,8	9,1	13,0	13,3	12,7	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	6,4	6,5	5,9	
- Eventuellt (%)	7,5	11,4	5,0	6,5	6,8	6,8	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-8,6	-11,2	-7,5	+
- Mera (%)	21,3	30,8	13,9	19,4	19,4	21,5	
- Mindre (%)	32,6	40,4	25,6	29,9	33,6	31,0	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,7	21,7	12,7	17,1	17,4	17,3	+
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	8,1	7,8	8,4	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	9,0	9,6	8,8	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	7,6	7,1	6,9	=
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	2,7	2,5	2,9	
- Eventuellt (%)	4,0	6,3	2,2	4,9	4,6	4,1	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	15,9	20,7	21,4	+
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	8,9	12,2	12,5	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,9	8,5	9,0	

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

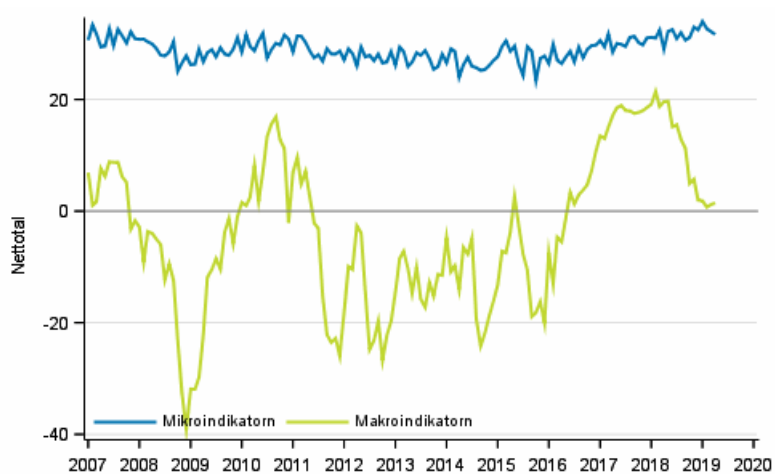
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

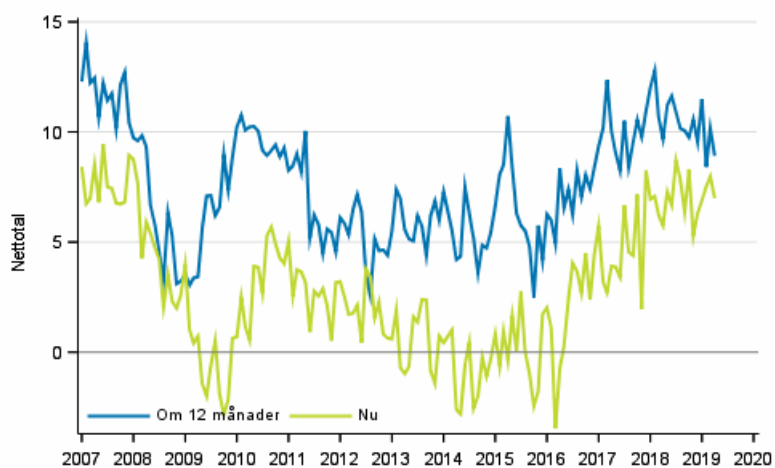


1) medeltal 10/1995 - 04/2019

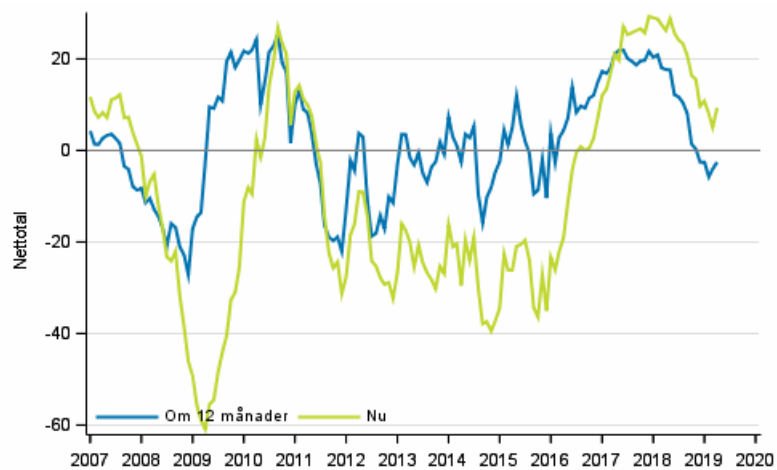
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



Figurbilaga 3. Egen ekonomi



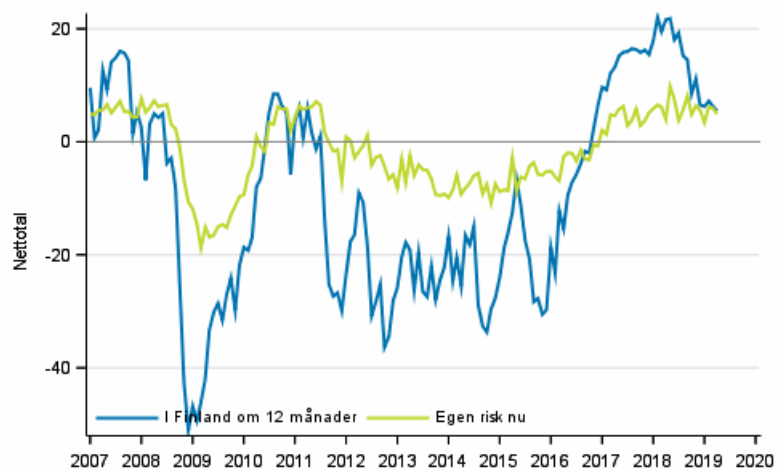
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



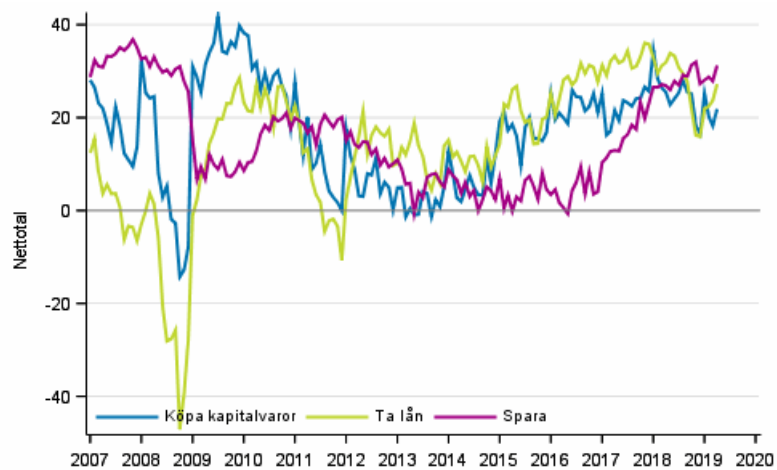
Figurbilaga 5. Inflation



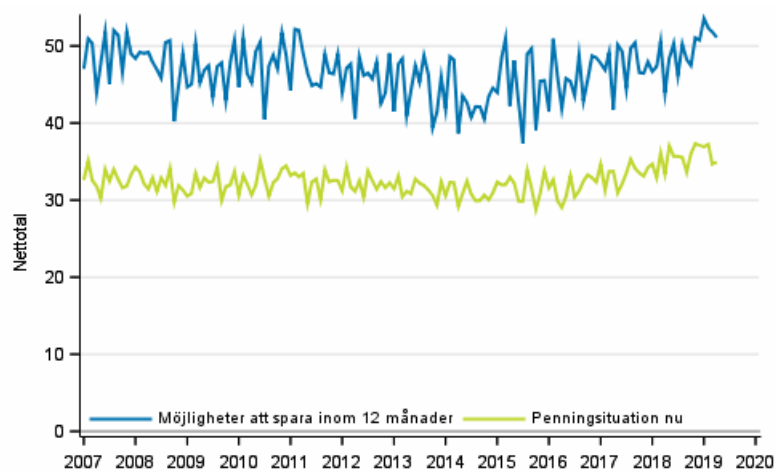
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



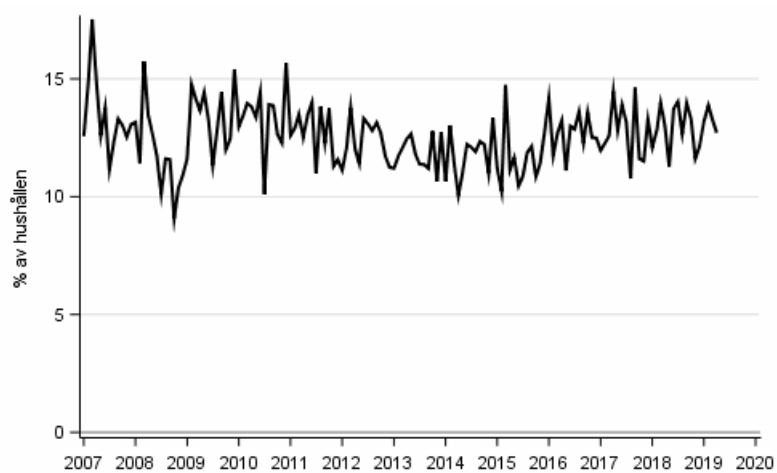
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



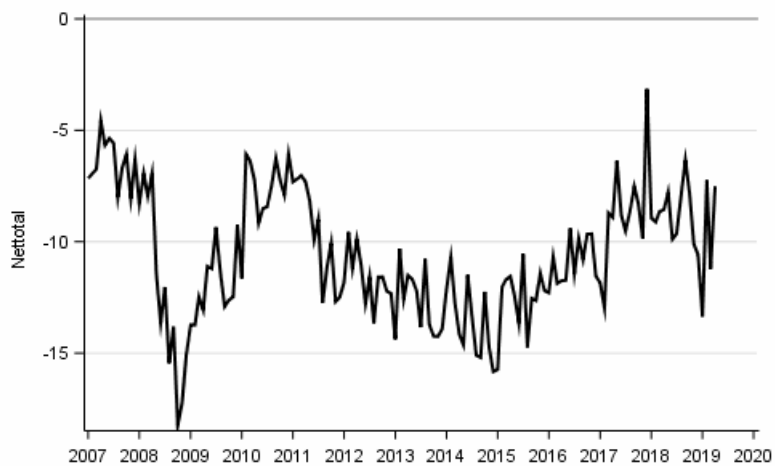
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



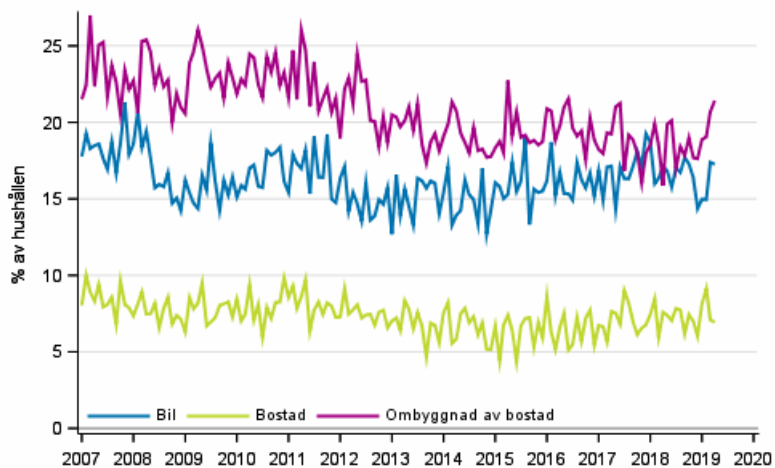
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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, april. Statistikcentralen