

Konsumentbarometern

2017, juni

Konsumenternas förtroende fortsatt starkt – tveksamhet om den egna ekonomin

Konsumenternas förtroendeindikator var i juni 23,9 medan den i maj var 24,1 och i april 21,5. Siffrorna för maj–juni är de högsta under hela mätningshistorien 1995–2017. I juni i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 14,9. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,0. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–16 juni 1 161 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 06/2017

Delfaktorena i konsumenternas förtroendeindikator visade inga tydliga förändringar i juni jämfört med maj. Förväntningarna på konsumenternas egen ekonomi har dock försvagats gradvis från och med våren. Samtidigt har synen på Finlands ekonomi och den allmänna arbetslösheten haft en stigande trend redan under drygt ett års tid. Jämfört med motsvarande period i fjol förstärktes alla delfaktorer i juni.

I juni var konsumenternas syn på Finlands ekonomi och arbetslöshet mycket ljus. Konsumenternas tro på att arbetslösheten minskar var den starkaste på tio år och synen på Finlands ekonomi var den bästa på sju år. Synen på möjligheterna att spara var också optimistiska. Förväntningarna på den egna ekonomin var i juni på samma nivå som långtidsmedelvärdet.

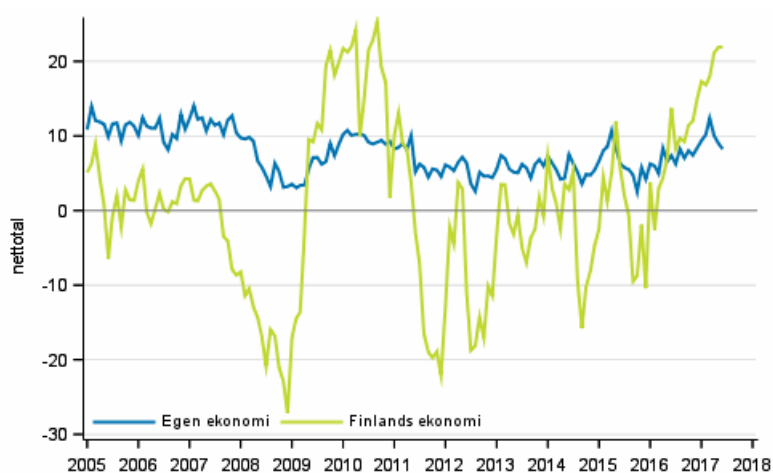
Konsumenterna ansåg i juni att tidpunkten var mycket god för att ta lån och någorlunda god för att spara och köpa kapitalvaror. I juni upplevde sysselsatta konsumenter att risken för att själva råka ut för arbetslöshet har minskat betydligt de senaste månaderna.

Egen och Finlands ekonomi

I juni trodde 50 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. För ett år sedan i juni var motsvarande andelar 47 och 18 procent.

I juni litade 26 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 13 procent befarade att den blir sämre inom ett år. En månad tidigare var motsvarande andelar 27 och 12 procent.

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



Arbetslöshet och inflation

I juni litade 45 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året, medan 14 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. För ett år sedan var motsvarande andelar något dystra 25 och 35 procent.

Av de sysselsatta antog 18 procent i juni att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 12 procent antog att risken hade ökat. Av de sysselsatta upplevde 26 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I juni bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,8 procent under de följande 12 månaderna. Inflationförväntningarna var för ett år sedan 1,3 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationförväntningarna är 2,2 procent.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 45 procent i juni att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. De allmänna planerna på att använda pengar var återhållsamma i juni, eventuellt med undantag av planerna på semesterresor. Av hushållen hade 17 procent för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil inom ett år. Av hushållen planerade 7 procent att köpa bostad. I juni planerade 21 procent av hushållen att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

Sparande och låntagning

I juni antog 62 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 65 procent sparat och rentav 79 procent trodde sig kunna spara under det följande året.

I juni ansåg 73 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Långtidsmedelvärdet är 62 procent. Av hushållen planerade 14 procent att ta lån inom ett år.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I juni 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, studerande och arbetslösa.

Förekomsten av apparater i hushållen i maj

I maj hade redan 86 procent av hushållen med personer i åldern 15–84 år dator och 90 procent internetförbindelse. Femtiofyra procent av hushållen hade skaffat en surfplatta. Åttio procent av hushållen ägde minst en smarttelefon och 20 procent kroppsnära datateknik såsom aktivitetsarmband, smartklockor eller smarta glasögon.

I maj hade 28 procent av hushållen smart-tv. I lika många hushåll fanns en spelkonsol och i vissa till och med en fjärrstyrd kamerahelikopter. I maj ägde 79 procent av hushållen en personbil. Mera information om hur vanligt det är med apparater finns i figurbilagorna 12–15 samt i databastabellen.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	06/2016	05/2017	06/2017	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,0	24,1	-6,5	14,9	24,1	23,9	++
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	7,4	9,0	8,3	=
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,6	25,3	-27,1	13,8	21,9	22,0	++
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,3	1,7	1,8	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,7	27,6	-51,1	-7,1	15,2	15,9	++
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,2	7,6	-18,8	-2,0	5,8	6,3	++
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,4	41,8	-14,2	26,0	19,4	23,7	+
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,4	36,8	-19,6	4,3	12,8	15,6	+
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,8	42,0	-47,1	27,0	31,8	32,3	++
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,7	52,2	10,9	45,4	50,2	49,3	+

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 delfaktorens nettotal. Nettotalen och förtroendeindikatorn kan variera mellan -100 och +100, ju högre (positiv) siffra desto mer optimistisk är synen på ekonomin.

Förklaringar till kolumnen “**Utsikter**”: ++ Mycket goda utsikter, + Goda utsikter, = Neutrala utsikter, - Dåliga utsikter, -- Mycket dåliga utsikter. Nettotalets avvikelse från medeltalet har jämförts med standardavvikelsen.

EU-resultat

Alla EU-länders (säsongrensade) barometerresultat publiceras på EU-kommissionens webbplats: European Commission, DG ECFIN, [Business and Consumer Survey Results](#).

Innehåll

1. Metoden för konsumentbarometern.....	6
---	---

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

Förekomsten av apparater i hushållen

Figurbilaga 12. Förekomsten av apparater och anslutningar i hushållen, maj 2017.....	13
Figurbilaga 13. Televisionsapparater i hushållen 2/2000–5/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll).....	13
Figurbilaga 14. Informationsteknik i hushållen 2/2000–5/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll).....	14
Figurbilaga 15. Telefoner och bil i hushållen 2/2000–5/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll).....	14

1. 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 EU-kommissionen.

Till populationen i konsumentbarometern hör 4,5 miljoner personer i åldern 15–84 år och deras 2,6 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.

Konsumentbarometerns intervjuer görs från Statistikcentralens telefonintervjucentral (CATI) under de två eller tre första veckorna av månaden. I juni 2017 erhöles svar från 1 161 personer; därmed var bortfallet av svar 50,6 procent (inkl. övertäckning). Bortfallet omfattar förutom dem som vägrade eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunde nå.

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 genom att utnyttja sannolikheten för resp. observation att ingå i urvalet. Siffrorna och serierna som publiceras har inte säsongrensats.

Tabellbilagor

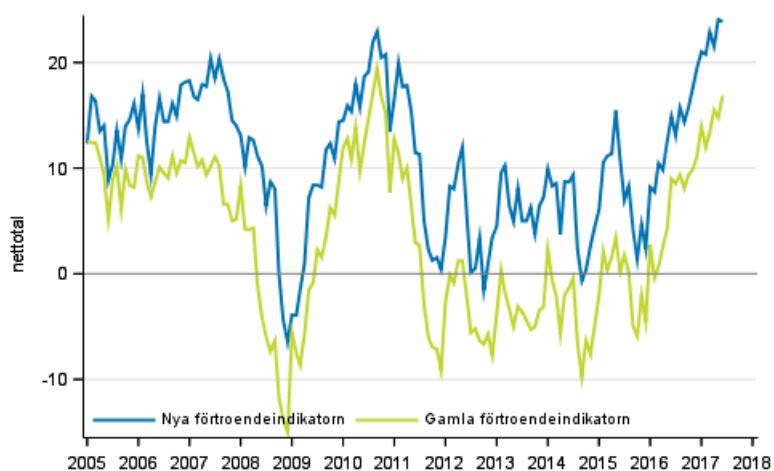
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	06/2016	05/2017	06/2017	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,0	24,1	-6,5	14,9	24,1	23,9	++
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,3	19,4	-15,0	9,0	14,8	16,9	++
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,5	33,4	9,5	28,6	30,0	29,9	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,0	22,8	-39,1	3,3	18,6	18,9	++
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,8	9,8	-4,0	2,4	3,9	3,4	=
- Bättre (%)	23,2	30,6	16,4	21,3	23,3	22,3	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	17,2	16,2	16,4	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	7,4	9,0	8,3	=
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	26,2	27,0	25,8	
- Sämre (%)	11,4	17,7	6,6	12,9	11,8	12,6	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-2,8	29,5	-60,9	-4,4	19,7	27,0	++
- Bättre (%)	26,3	62,1	2,0	24,7	52,6	59,3	
- Sämre (%)	28,6	88,5	4,2	28,7	13,2	7,6	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,6	25,3	-27,1	13,8	21,9	22,0	++
- Bättre (%)	31,6	57,3	11,6	46,6	52,0	50,3	
- Sämre (%)	22,7	57,3	6,0	17,6	8,9	8,8	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	0,5	1,1	1,3	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,3	1,7	1,8	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,7	27,6	-51,1	-7,1	15,2	15,9	++
- Mindre (%)	30,0	60,8	6,4	24,9	46,7	45,3	
- Mera (%)	34,5	83,3	6,9	35,2	15,7	14,5	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,2	7,6	-18,8	-2,0	5,8	6,3	++
- Minskat (%)	13,0	20,0	5,3	12,9	19,1	18,0	
- Ökat (%)	17,2	31,9	7,9	20,0	14,5	12,0	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,4	41,8	-14,2	26,0	19,4	23,7	+
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	48,7	43,6	45,2	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,2	45,7	17,7	22,7	24,2	21,5	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,4	36,8	-19,6	4,3	12,8	15,6	+
- Bra tid (%)	57,8	80,7	33,4	53,4	59,9	62,2	
- Dålig tid (%)	36,7	58,5	15,5	43,2	35,7	33,0	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,8	42,0	-47,1	27,0	31,8	32,3	++
- Bra tid (%)	62,2	78,2	13,3	68,9	72,9	73,4	
- Dålig tid (%)	30,7	83,4	12,1	25,9	19,9	20,0	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,6	35,1	14,7	33,1	30,9	32,1	+
- Kan spara (%)	59,9	70,0	38,6	65,6	66,3	65,3	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	6,4	8,2	7,7	

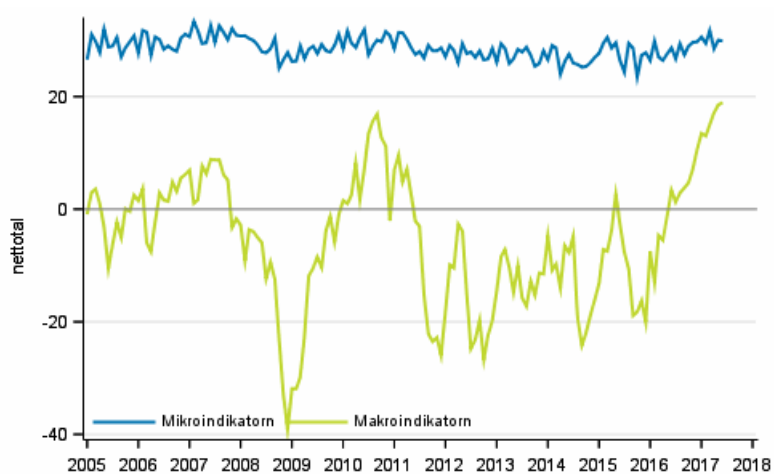
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	06/2016	05/2017	06/2017	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,7	52,2	10,9	45,4	50,2	49,3	+
- Kan spara (%)	74,1	82,3	56,6	78,1	81,1	79,1	
- Kan inte spara (%)	24,1	40,3	16,5	20,4	18,2	19,3	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,2	17,8	9,1	13,0	12,8	13,9	+
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,4	6,5	6,3	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,0	7,6	6,3	7,6	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-9,4	-6,4	-8,8	=
- Mera (%)	21,4	30,8	13,9	18,7	20,1	18,9	
- Mindre (%)	32,7	40,4	26,5	29,9	27,5	30,1	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,7	21,7	12,7	15,3	14,3	17,1	=
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	8,8	6,5	9,2	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	6,6	7,8	7,9	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	5,1	7,5	6,8	=
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	2,0	2,9	3,3	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	3,1	4,7	3,5	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,9	27,0	9,8	21,5	21,0	21,2	+
- Mycket sannolikt (%)	12,5	19,0	5,0	15,7	14,5	16,2	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	5,8	6,5	5,0	

Figurbilagor

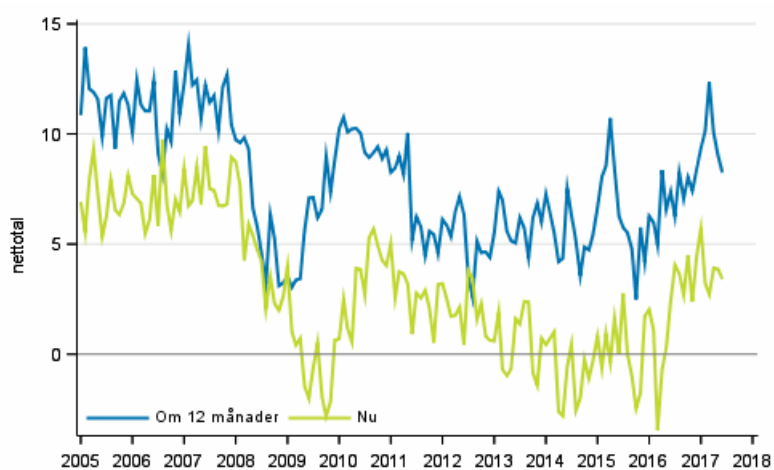
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



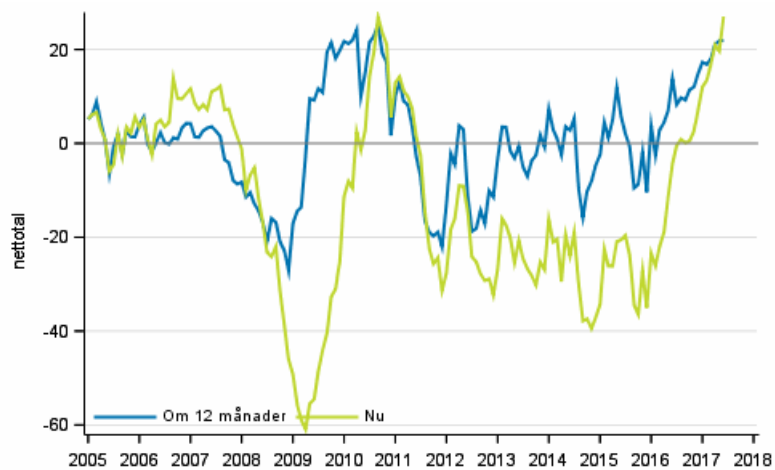
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



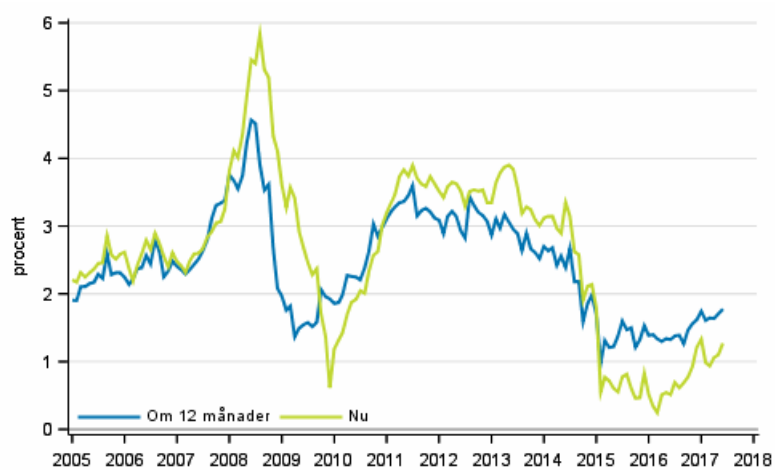
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



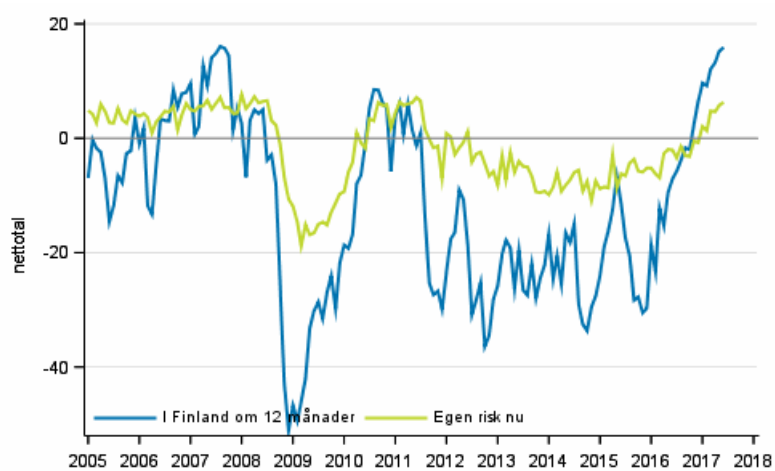
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



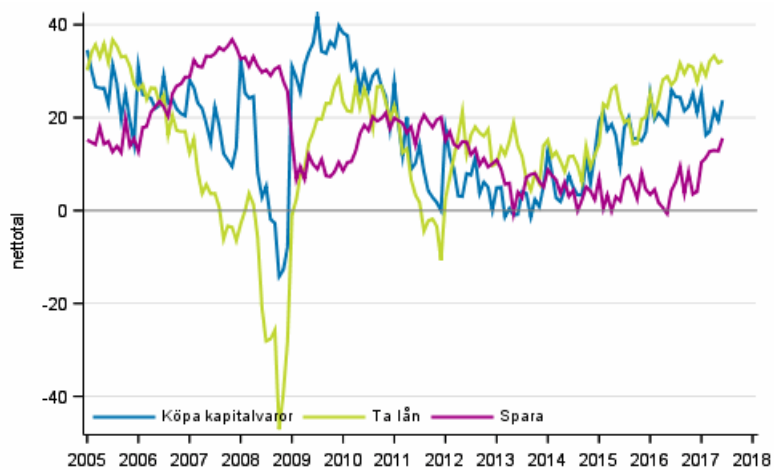
Figurbilaga 5. Inflation



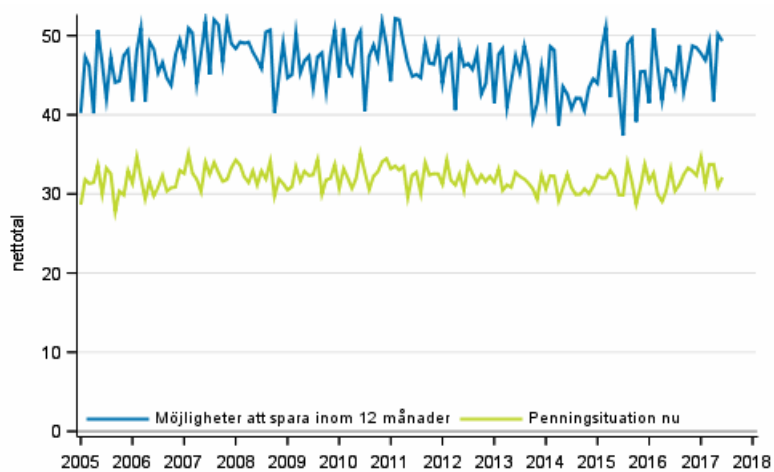
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



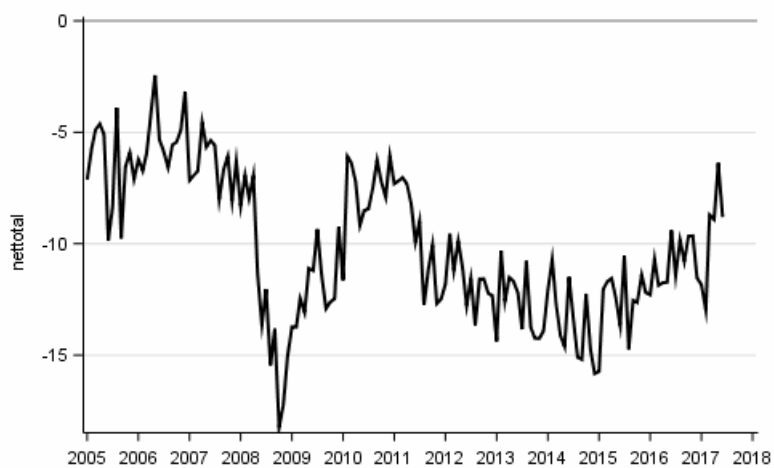
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



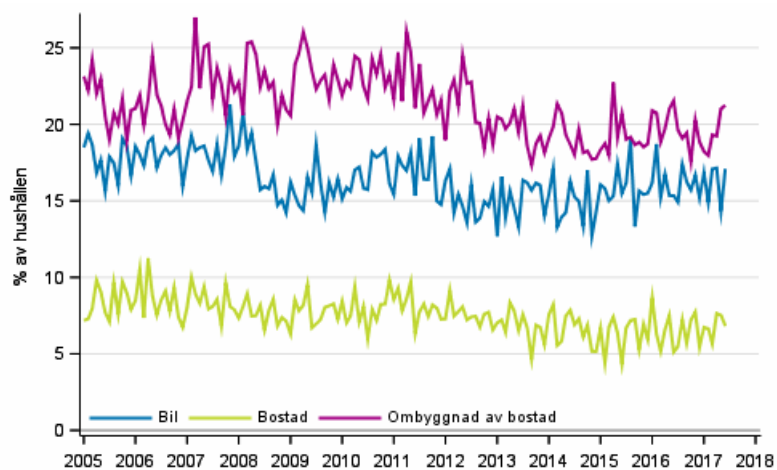
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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

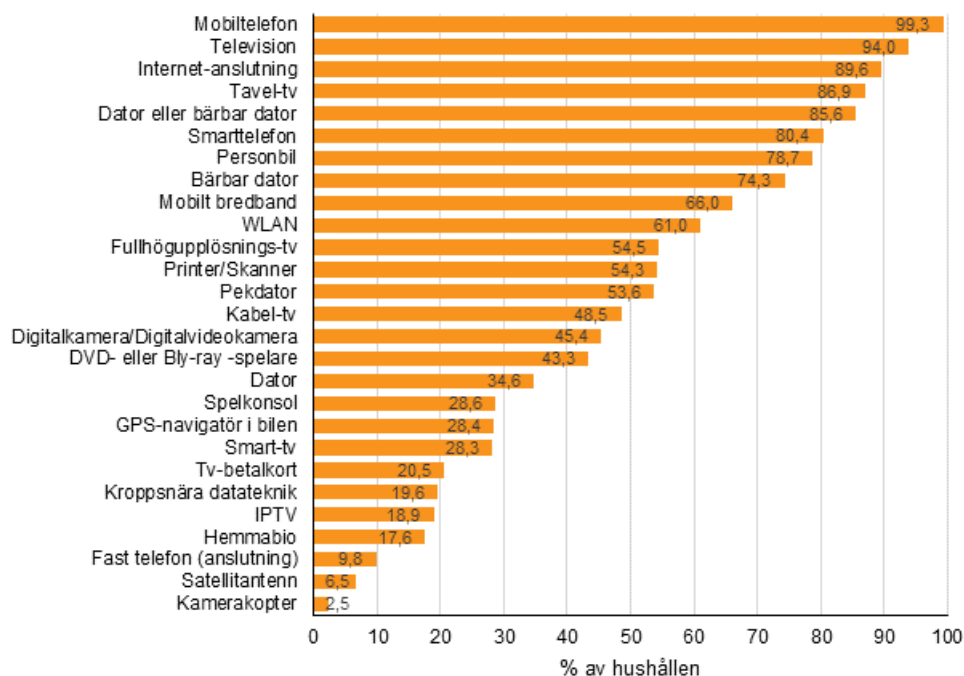


Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader

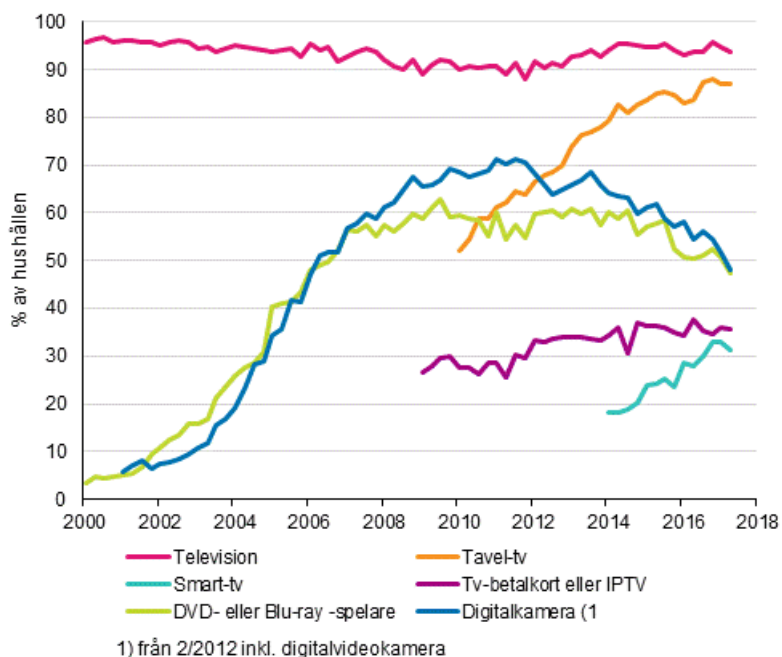


Förekomsten av apparater i hushållen

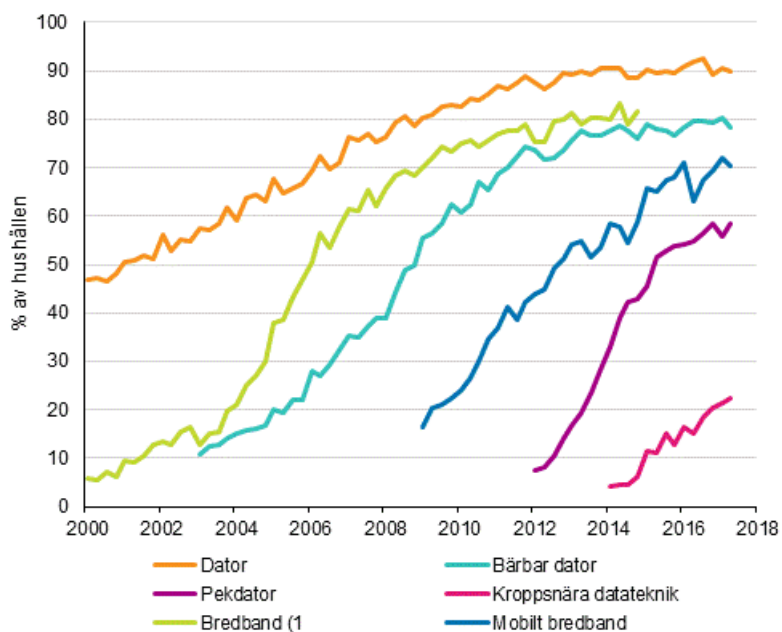
Figurbilaga 12. Förekomsten av apparater och anslutningar i hushållen, maj 2017



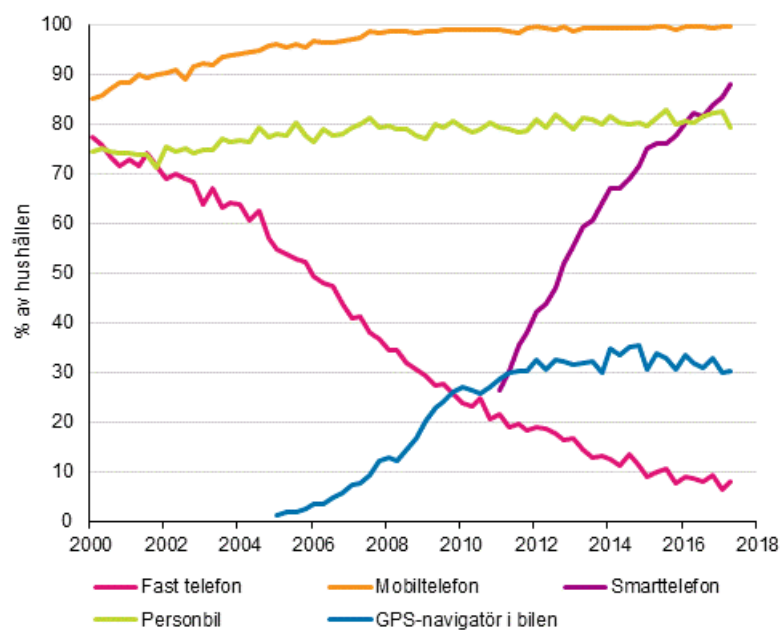
Figurbilaga 13. Televisionsapparater i hushållen 2/2000–5/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll)



Figurbilaga 14. Informationsteknik i hushållen 2/2000–5/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll)



Figurbilaga 15. Telefoner och bil i hushållen 2/2000–5/2017 (15–74-åriga målpersoners hushåll)



Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Kaisa Lahtinen 029 551 3554

Ansvarig statistikdirektör:

Jari Tarkoma

konsument.barometern@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2017, juni. Statistikcentralen