

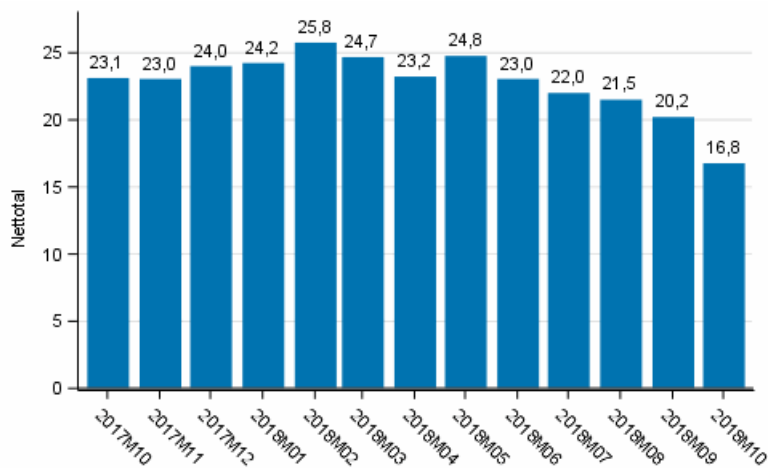
Konsumentbarometern

2018, oktober

Konsumenternas förtroende försvagades – en fast tro på den egna ekonomin

Konsumenternas förtroende för ekonomin är försiktigare än på två år. Konsumenternas förtroendeindikator var i oktober 16,8, då den i september var 20,2 och i augusti 21,5. I oktober i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 23,1 och i oktober 2016 värdet 15,8. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,6. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–19 oktober 1 148 personer bosatta i Finland.

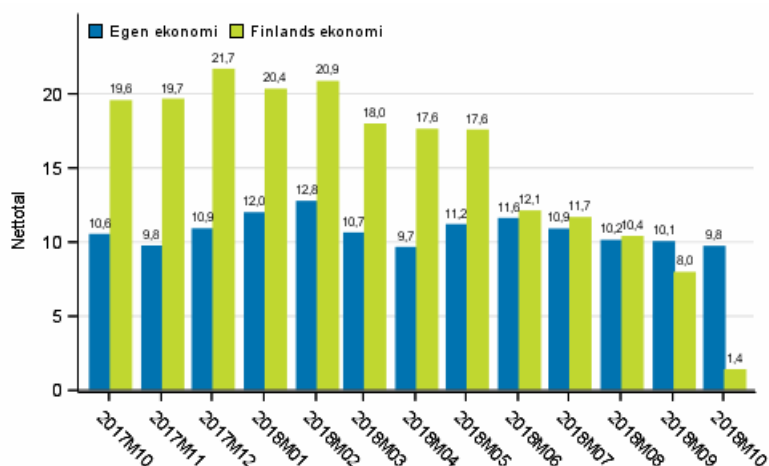
Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorer i förtroendeindikatorn försämrades konsumenternas förväntningar på Finlands ekonomi och den allmänna arbetslösheten i oktober klart jämfört med september. Uppskattningen om utvecklingen av arbetslösheten var dock fortfarande ljus, medan bilden av Finlands ekonomi redan såg ganska pessimistisk ut. Förväntningarna på konsumentens egen ekonomi och möjligheter att spara var i oktober ungefär oförändrade och goda.

Tron på Finlands ekonomi och på att arbetslösheten minskar försämrades i oktober också jämfört med motsvarande period året innan. Synen på den egna ekonomin och möjligheterna att spara var nästan oförändrade från året innan också.

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



I oktober uppskattade konsumenterna att hushållets penningssituation är mycket god. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var mycket gynnsam för att spara och god också för att köpa kapitalvaror men inte längre för att ta lån. I oktober upplevde sysselsatta konsumenter att risken för att själva råka ut för arbetslöshet ytterligare minskat något under den senaste tiden.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I oktober var förtroendet för ekonomin starkast i Norra Finland och huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn 20,2 och 19,4). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de klart mest optimistiska (29,2). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärer (6,5) och arbetslösa (13,2).

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 oktober trodde bara 27 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Redan 23 procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämrans. Motsvarande andelar var i september 32 och 16 procent och i oktober i fjol 48 och 10 procent.

I oktober litade 28 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 27 och 11 procent och för ett år sedan 29 och 10 procent.

Arbetslöshet och inflation

I oktober litade 39 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under följande år och 21 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I september var andelarna 45 och 16 procent och för ett år sedan 48 och 16 procent.

Av de sysselsatta upplevde 27 procent i oktober att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa. Av de sysselsatta antog 17 procent att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 12 procent antog att risken ökat.

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

Sparande och låntagning

I oktober tyckte 73 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Långtidsmedelvärdet är 58 procent. Av hushållen hade 69 procent sparat i oktober och 79 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 oktober frågade vi [sista gången](#) efter objekt för sparande, placering och låntagning i samband med konsumentbarometern.

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

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 45 procent i oktober 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. Av hushållen planerade 7 procent att köpa bostad. I oktober 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 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 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 oktober 2018 erhöles svar från 1 148 personer; därmed var bortfallet av svar 51,1 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

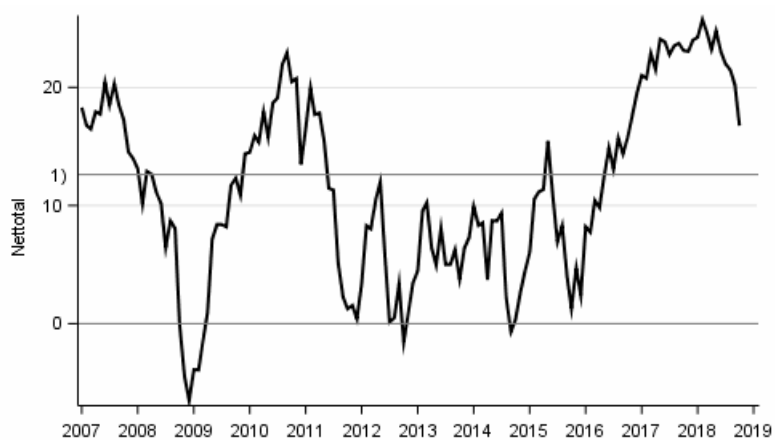
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	10/2017	09/2018	10/2018	Utsikter ¹⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,6	25,8	-6,5	23,1	20,2	16,8	+
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,9	20,6	-15,0	17,6	14,1	12,2	+
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,8	33,4	9,5	30,2	30,6	31,1	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	1,0	22,8	-39,1	17,7	11,3	4,9	+
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,9	9,8	-4,0	7,2	6,4	8,3	++
- Bättre (%)	23,4	30,6	16,4	26,9	27,3	28,2	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	15,3	15,8	15,0	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	10,6	10,1	9,8	+
- Bättre (%)	25,9	33,4	18,2	28,8	27,3	28,3	
- Sämre (%)	11,3	17,7	6,6	10,1	11,2	11,8	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-1,2	29,5	-60,9	26,6	20,7	16,4	+
- Bättre (%)	28,0	62,1	2,0	58,0	48,7	44,3	
- Sämre (%)	27,4	88,5	4,2	9,3	9,9	12,8	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,4	25,3	-27,1	19,6	8,0	1,4	-
- Bättre (%)	32,2	57,3	11,6	48,0	32,0	26,6	
- Sämre (%)	22,0	57,3	6,0	9,9	16,1	23,1	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	1,1	1,6	1,9	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,1	4,6	0,6	1,7	2,0	2,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-2,5	27,6	-51,1	15,8	14,5	8,4	+
- Mindre (%)	31,1	60,8	6,4	48,0	45,1	38,7	
- Mera (%)	33,4	83,3	6,9	16,1	15,8	21,3	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,6	9,8	-18,8	2,9	8,1	4,8	+
- Minskat (%)	13,4	20,4	5,3	15,6	19,9	16,6	
- Ökat (%)	16,7	31,9	7,9	13,4	9,8	11,9	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,8	41,8	-14,2	24,2	25,5	25,1	+
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	45,7	44,3	45,2	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	25,8	45,7	15,2	21,5	18,8	20,1	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,2	36,8	-19,6	23,3	28,9	31,3	++
- Bra tid (%)	58,4	80,7	33,4	66,9	71,3	73,0	
- Dålig tid (%)	36,0	58,5	15,5	26,9	23,4	22,2	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	18,6	42,0	-47,1	33,1	27,7	21,7	=
- Bra tid (%)	62,8	78,2	13,3	73,9	69,8	65,1	
- Dålig tid (%)	30,0	83,4	12,1	18,3	22,6	27,3	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,9	37,0	14,7	33,5	33,6	36,0	++
- Kan spara (%)	60,3	70,4	38,6	66,5	68,2	68,9	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	10/2017	09/2018	10/2018	Utsikter ¹⁾
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	7,1	7,4	5,1	
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	40,1	52,2	10,9	46,5	48,2	47,5	+
- Kan spara (%)	74,4	82,3	56,6	78,3	79,1	78,8	
- Kan inte spara (%)	23,8	40,3	16,5	20,1	19,4	19,5	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,1	17,8	9,1	11,6	14,0	13,3	=
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,6	6,2	6,5	
- Eventuellt (%)	7,5	11,4	5,0	6,0	7,7	6,8	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-8,3	-6,3	-7,9	+
- Mera (%)	21,3	30,8	13,9	20,7	20,4	20,1	
- Mindre (%)	32,6	40,4	25,6	30,2	28,0	31,0	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	18,1	17,7	17,3	+
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	8,5	8,1	8,8	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	9,6	9,6	8,5	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	6,1	6,2	7,4	+
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	2,0	2,2	2,6	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,2	4,0	4,8	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	18,0	17,8	19,0	=
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	10,5	10,1	12,1	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	7,5	7,8	6,9	

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

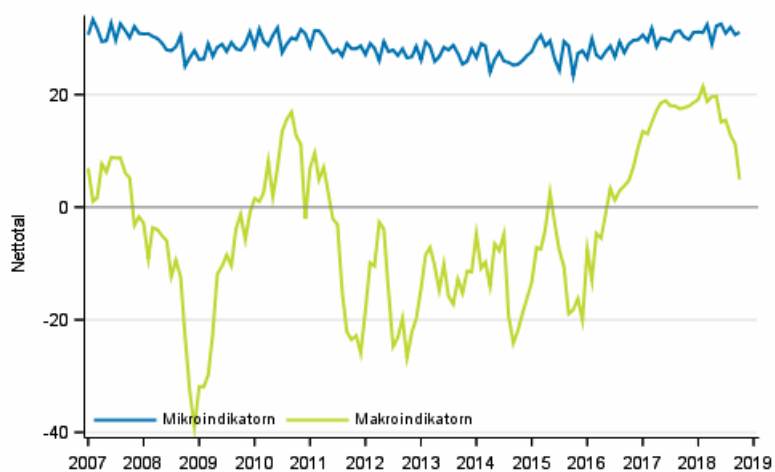
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

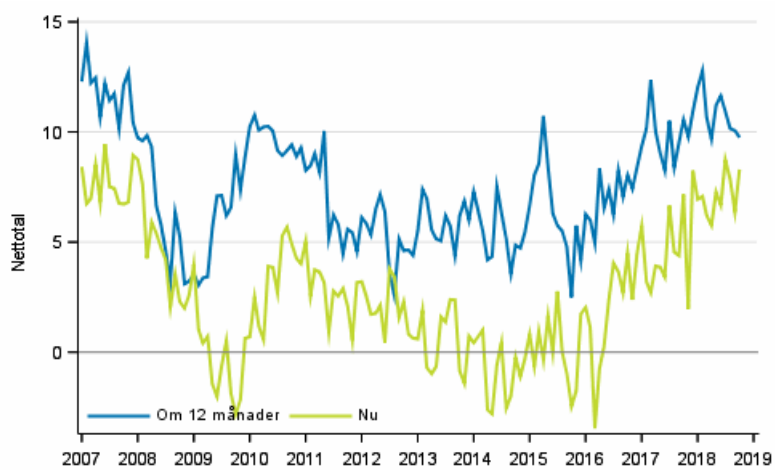


1) medeltal 10/1995 - 10/2018

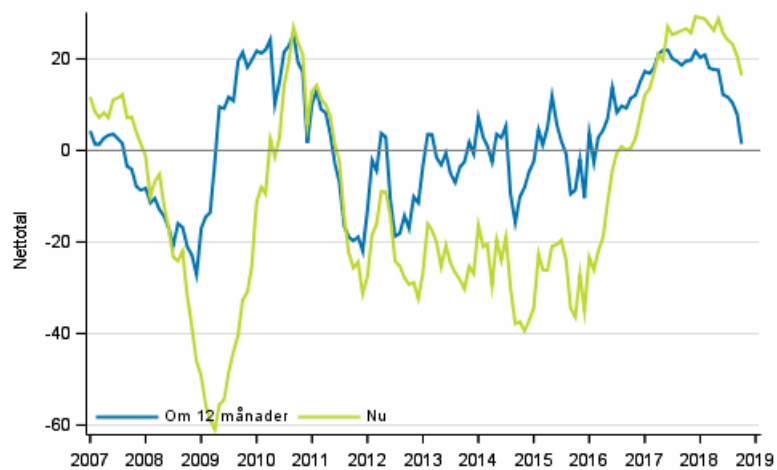
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



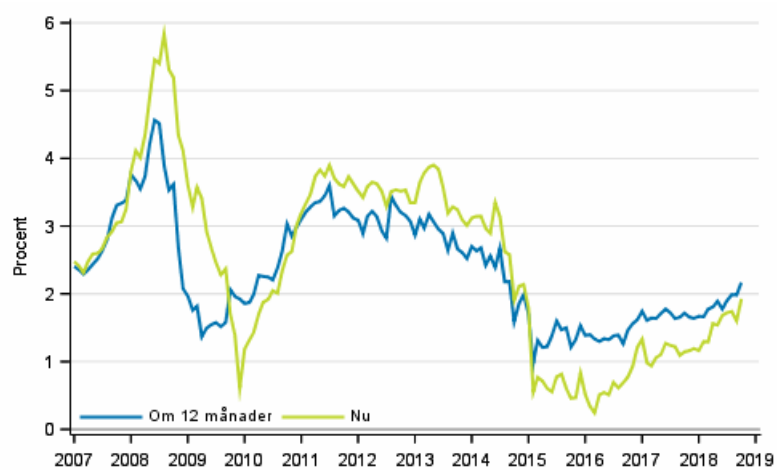
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



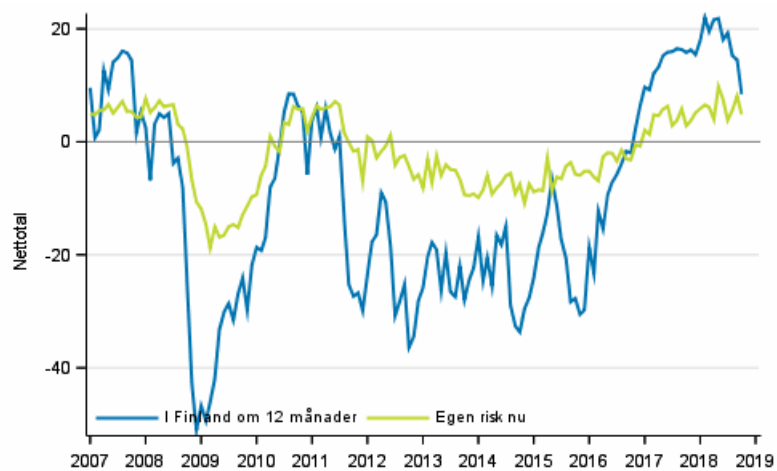
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



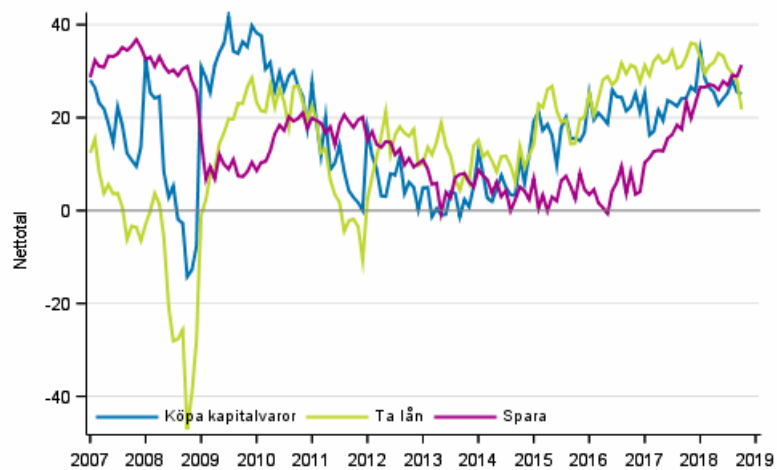
Figurbilaga 5. Inflation



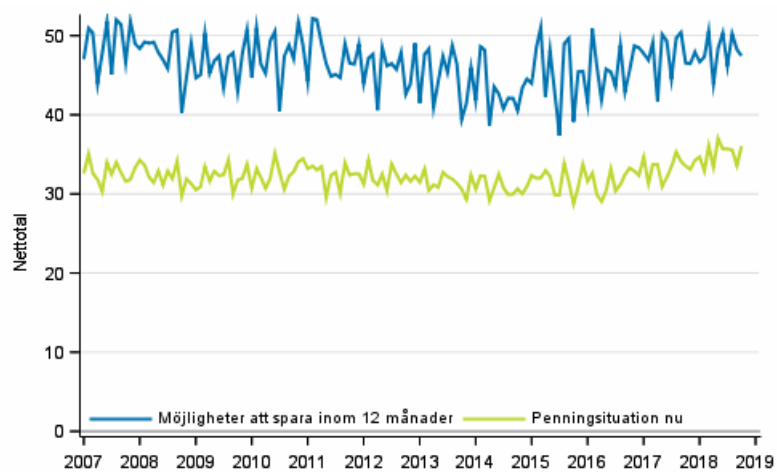
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



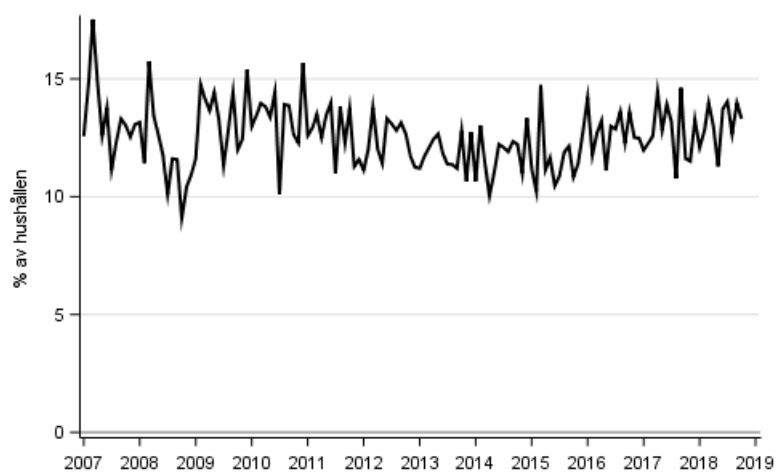
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



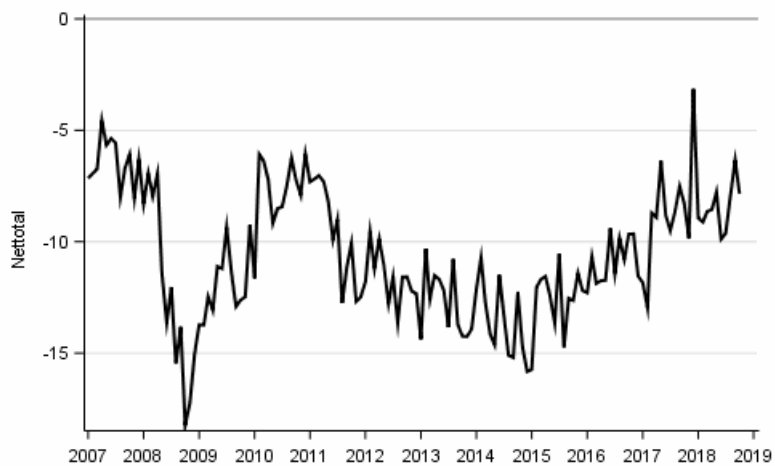
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



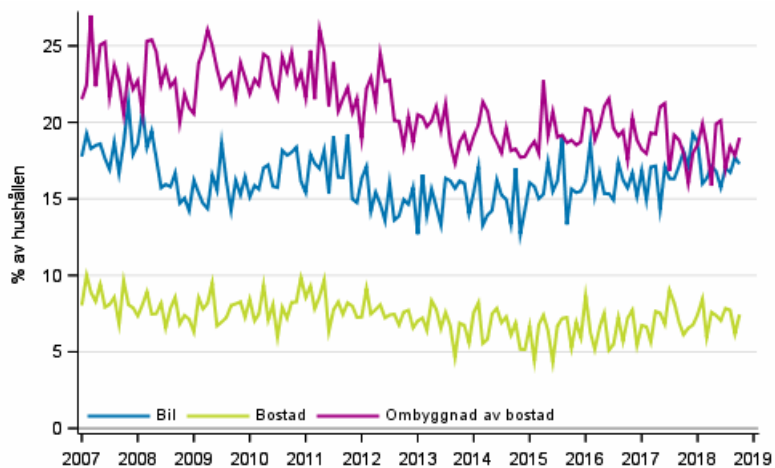
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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, oktober. Statistikcentralen