

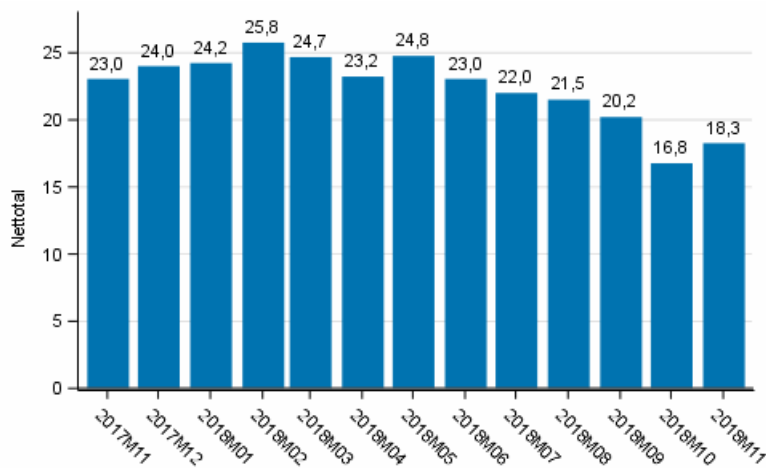
Konsumentbarometern

2018, november

Konsumenternas förtroende förstärktes något – tron på Finlands ekonomi försvagas

Konsumenternas förtroende för ekonomin har förstärkts något från föregående månad. Konsumenternas förtroendeindikator var i november 18,3, då den i oktober var 16,8 och i september 20,2. I november i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 23,0. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,6. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades 1–19 november 1 110 personer bosatta i Finland.

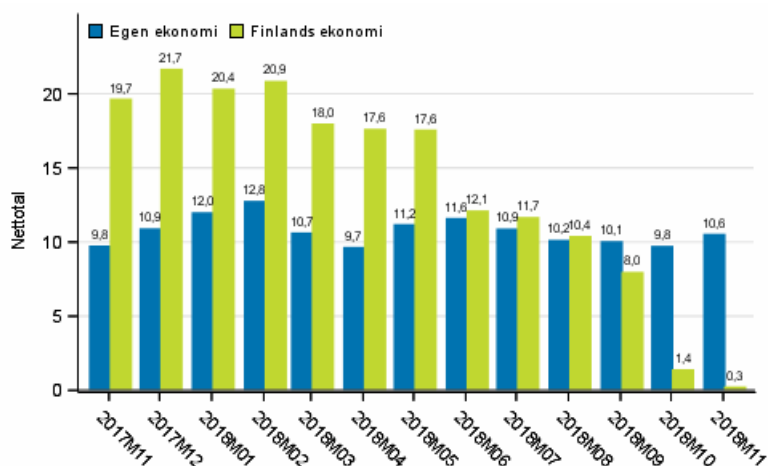
Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorer i förtroendeindikatorn försvagades konsumenternas förväntningar på Finlands ekonomi ytterligare i november jämfört med oktober. Konsumenterna ansåg att utsikterna för Finlands ekonomi var dåliga, men förväntningarna på utvecklingen av arbetslösheten var ljusare än tidigare. Förväntningarna på konsumentens egen ekonomi och möjligheter att spara förbättrades ytterligare i november.

Jämfört med motsvarande period i fjol försvagades tron på Finlands ekonomi och en minskning av arbetslösheten i november. Synen på den egna ekonomin och möjligheterna att spara förbättrades däremot under den ettåriga granskningsperioden.

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



I november uppskattade konsumenterna sitt hushålls ekonomi som mycket god. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var mycket gynnsam för att spara, men inte för att ta lån. Tidpunkten för att köpa kapitalvaror ansågs varken som god eller dålig. I november upplevde sysselsatta konsumenter att risken för att själva råka ut för arbetslöshet minskat för deras egen del.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I november var förtroendet för ekonomin starkast i huvudstadsregionen och Västra Finland (förtroendeindikatorn 20,8 och 18,7). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de klart mest optimistiska (29,1). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärer (10,4), och arbetslösa (12,5).

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 november trodde bara 25 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Redan 24 procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämrats. Motsvarande andelar var i oktober 27 och 23 procent och i november i fjol 47 och 8 procent.

I november litade 29 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 11 procent befarade att den blir sämre inom ett år. En månad tidigare var andelarna 28 och 12 procent och för ett år sedan 28 och 11 procent.

Arbetslöshet och inflation

I november litade 42 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och 19 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I oktober var andelarna 39 och 21 procent och för ett år sedan 48 och 16 procent.

Av de sysselsatta upplevde 31 procent i november 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 november bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,1 procent under de följande 12 månaderna. För ett år sedan var inflationsförväntningarna 1,7 procent. Långtidsmedelvärdet är 2,1 procent.

Sparande och låntagning

I november tyckte 73 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Långtidsmedelvärdet är 59 procent. Av hushållen hade 71 procent sparat i november och 80 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I november ansåg 61 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. För ett år sedan var motsvarande andel 75 procent. I november funderade 12 procent av hushållen på att ta lån inom ett år.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 41 procent i november att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Planerna på att använda pengar var för det mesta återhållsamma. Av hushållen hade 16 procent för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil inom ett år. Av hushållen planerade 7 procent att köpa bostad. I november 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 november 2018 erhöles svar från 1 110 personer; därmed var bortfallet av svar 52,8 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

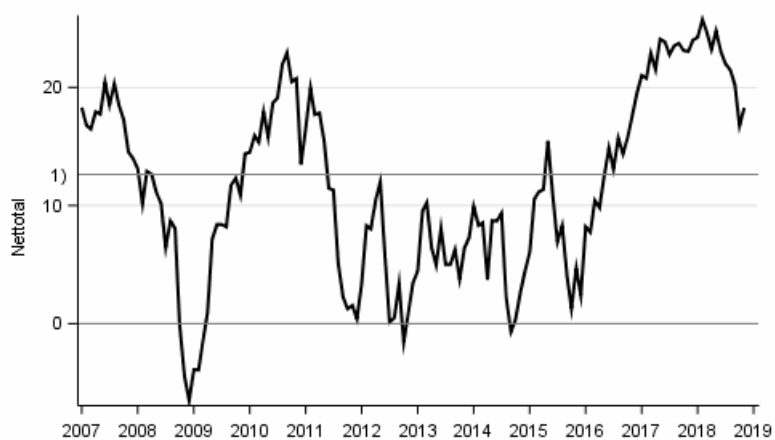
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	11/2017	10/2018	11/2018	Utsikter ¹⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,6	25,8	-6,5	23,0	16,8	18,3	+
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,9	20,6	-15,0	16,7	12,2	10,0	+
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,9	33,4	9,5	29,8	31,1	33,0	++
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	1,0	22,8	-39,1	18,0	4,9	5,7	+
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,9	9,8	-4,0	2,0	8,3	5,3	+
- Bättre (%)	23,4	30,6	16,4	21,2	28,2	25,1	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	17,3	15,0	15,7	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	9,8	9,8	10,6	+
- Bättre (%)	25,9	33,4	18,2	27,7	28,3	29,0	
- Sämre (%)	11,3	17,7	6,6	10,9	11,8	11,2	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-1,1	29,5	-60,9	25,7	16,4	15,5	+
- Bättre (%)	28,1	62,1	2,0	56,7	44,3	42,1	
- Sämre (%)	27,4	88,5	4,2	8,7	12,8	12,2	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,4	25,3	-27,1	19,7	1,4	0,3	-
- Bättre (%)	32,2	57,3	11,6	47,2	26,6	25,3	
- Sämre (%)	22,0	57,3	6,0	7,9	23,1	24,2	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	1,2	1,9	2,0	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,1	4,6	0,6	1,7	2,2	2,1	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-2,4	27,6	-51,1	16,3	8,4	11,2	+
- Mindre (%)	31,2	60,8	6,4	48,4	38,7	41,5	
- Mera (%)	33,3	83,3	6,9	15,9	21,3	18,7	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,6	9,8	-18,8	3,7	4,8	6,4	++
- Minskat (%)	13,4	20,4	5,3	17,1	16,6	17,3	
- Ökat (%)	16,7	31,9	7,9	14,0	11,9	12,3	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,8	41,8	-14,2	26,6	25,1	18,3	=
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	45,4	45,2	40,6	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	25,8	45,7	15,2	18,8	20,1	22,3	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,3	36,8	-19,6	19,8	31,3	32,0	++
- Bra tid (%)	58,5	80,7	33,4	64,1	73,0	73,3	
- Dålig tid (%)	36,0	58,5	15,5	29,2	22,2	21,5	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	18,6	42,0	-47,1	36,1	21,7	16,2	=
- Bra tid (%)	62,8	78,2	13,3	75,0	65,1	60,7	
- Dålig tid (%)	30,1	83,4	12,1	17,1	27,3	32,2	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	29,0	37,3	14,7	33,1	36,0	37,3	++
- Kan spara (%)	60,4	70,8	38,6	66,1	68,9	70,8	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	11/2017	10/2018	11/2018	Utsikter ¹⁾
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	6,4	5,1	6,2	
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	40,2	52,2	10,9	46,5	47,5	51,1	++
- Kan spara (%)	74,4	82,3	56,6	78,4	78,8	80,1	
- Kan inte spara (%)	23,8	40,3	16,5	20,2	19,5	18,0	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,1	17,8	9,1	11,5	13,3	11,6	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	4,8	6,5	5,0	
- Eventuellt (%)	7,5	11,4	5,0	6,7	6,8	6,7	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-9,8	-7,9	-10,1	-
- Mera (%)	21,3	30,8	13,9	18,9	20,1	18,4	
- Mindre (%)	32,6	40,4	25,6	31,3	31,0	33,2	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	17,2	17,3	16,4	=
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	8,5	8,8	7,6	
- Ganska sannolikt (%)	8,3	10,4	5,3	8,7	8,5	8,8	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	6,6	7,4	7,0	=
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	2,7	2,6	3,5	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	3,8	4,8	3,5	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	16,0	19,0	17,7	-
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	10,6	12,1	11,1	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	5,5	6,9	6,6	

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

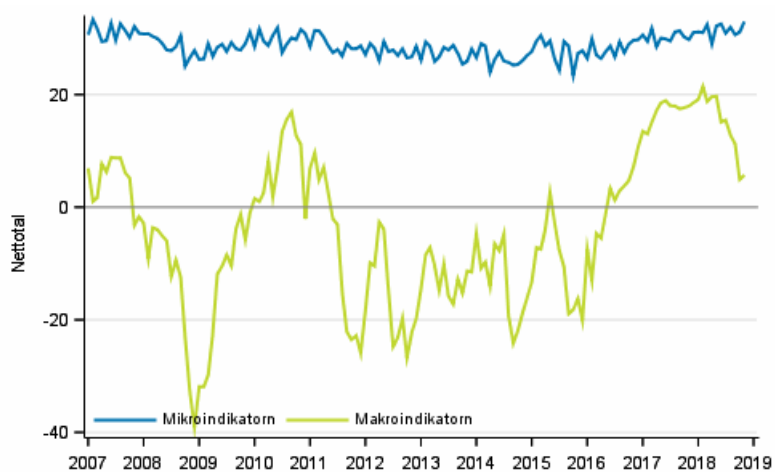
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

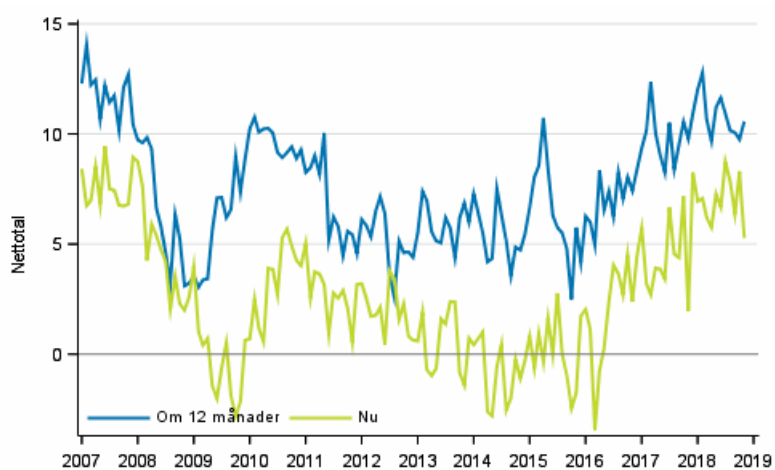


1) medeltal 10/1995 - 11/2018

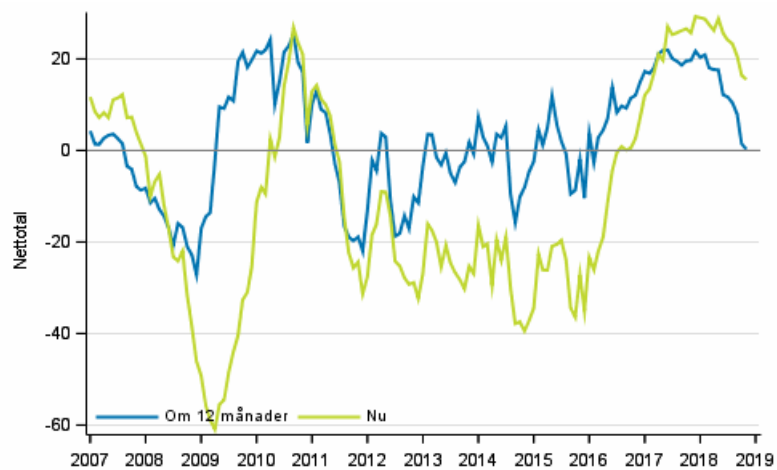
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



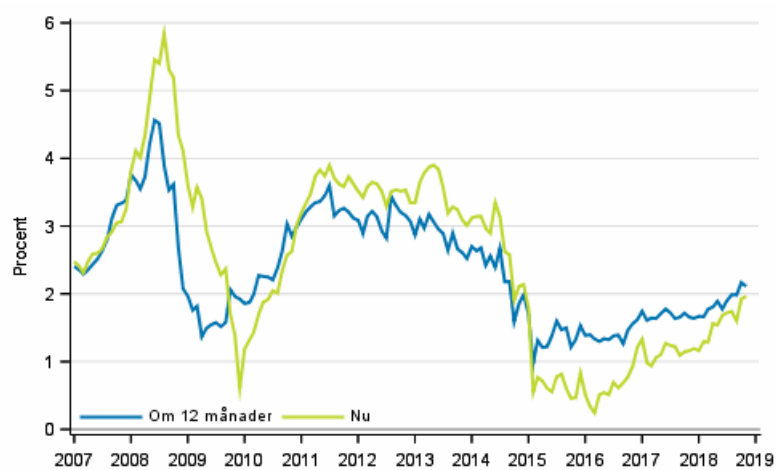
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



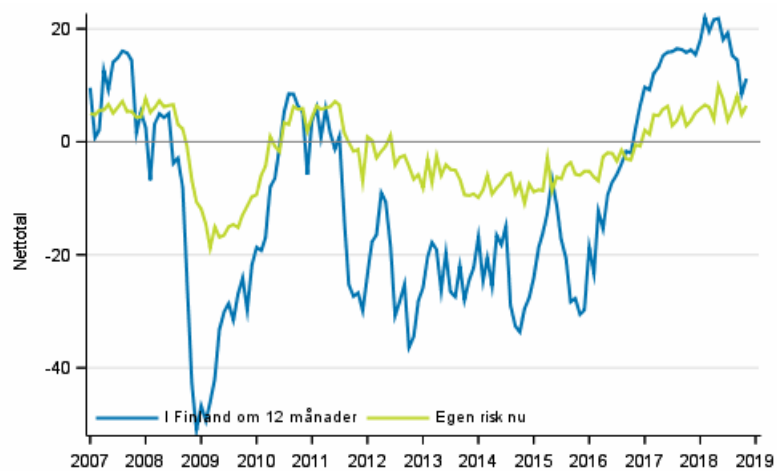
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



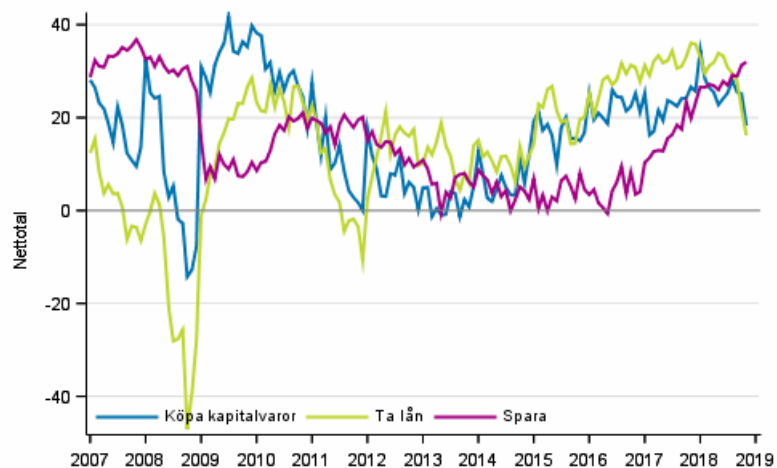
Figurbilaga 5. Inflation



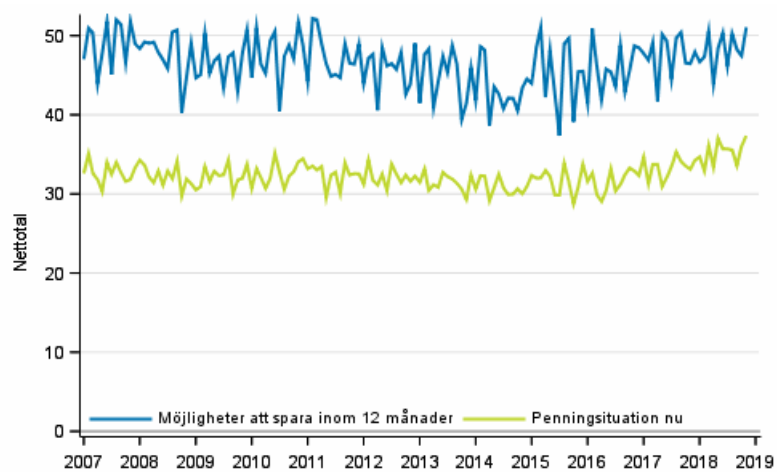
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



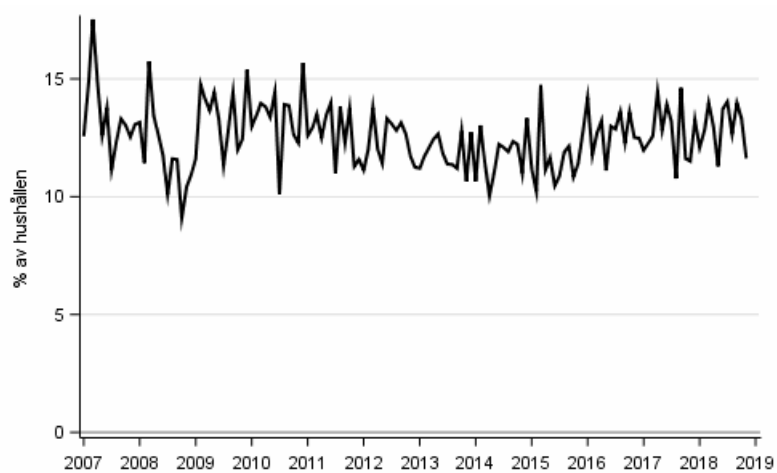
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



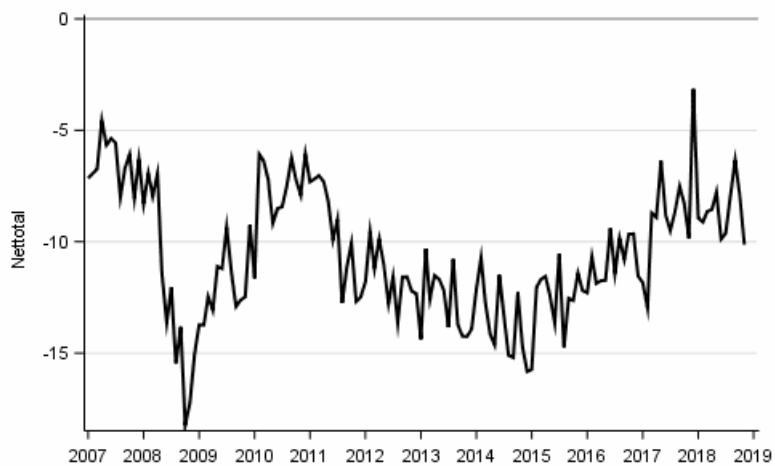
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



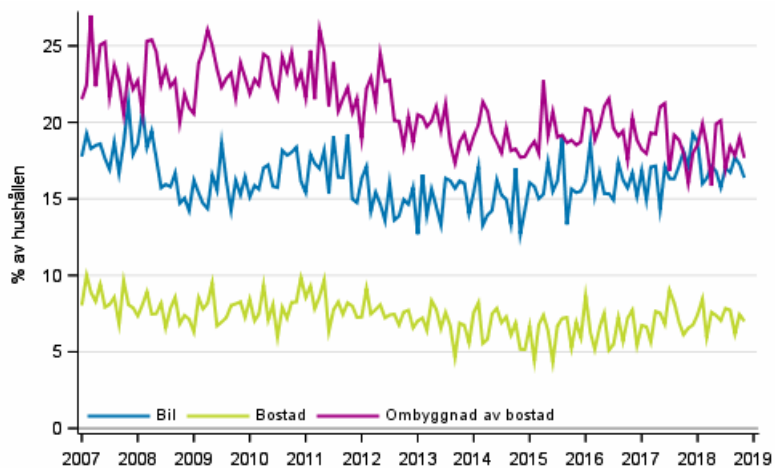
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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, november. Statistikcentralen