

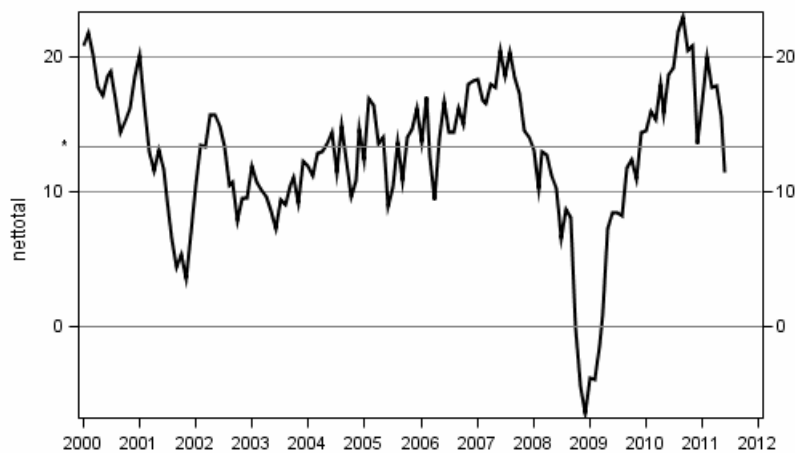
Konsumentbarometern

2011, juni

Konsumenternas förtroende försvagades i juni

Konsumenternas förtroende för ekonomin har försvagats ytterligare. Konsumenternas förtroendeindikator var i juni 11,4 medan den i maj var 15,4 och i april 17,8. I juni var förtroendet för ekonomin samtidigt svagare än året innan (18,7) och långtidsmedelvärdet (13,3). Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades 1–16 juni 1 375 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



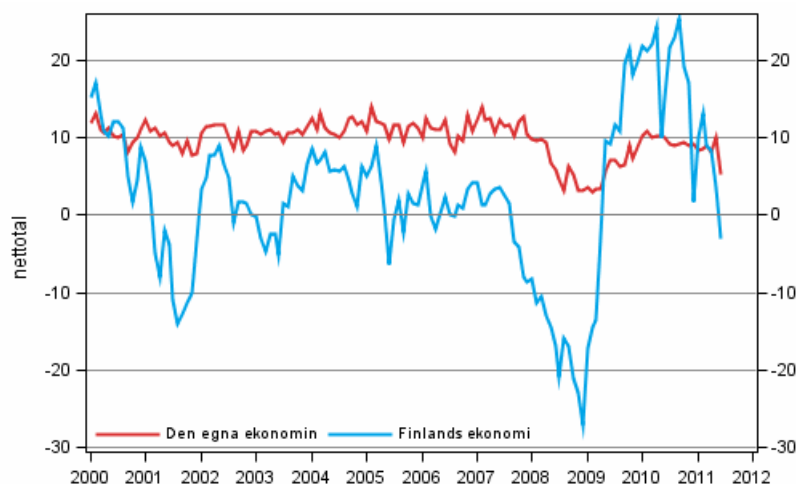
* medeltal 10/1995 - 06/2011

Alla de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator försvagades i juni jämfört med föregående månad och också jämfört med året innan. Konsumenternas syn på den egna ekonomin samt på Finlands ekonomi och arbetslöshetsutvecklingen var i juni klart sämre än långtidsmedelvärdet. Däremot var synen på de egna möjligheterna att spara trots försvagningen fortfarande ljus. Dessutom oroade sig konsumenterna allt mindre över att själva råka ut för arbetslöshet. I juni bedömde konsumenterna att priserna kommer att stiga snabbt och att det är fördelaktigare att spara än att köpa kapitalvaror eller ta lån.

I juni trodde 26 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Fler konsumenter, dvs. 30 procent, bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i maj 32 och 24 procent och i juni i följd optimistiska 47 och 17 procent. I juni

litade 25 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 17 procent befarade att den blir sämre inom ett år. En månad tidigare var dessa andelar 29 och 13 procent och för ett år sedan 27 och 9 procent.

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



I juni litade 29 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar i Finland under det följande året och något fler, dvs. 30 procent, uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i maj 34 och 30 procent och för ett år sedan 30 och 30 procent.

I juni bedömde 19 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 13 procent bedömde att risken ökat. Dessa andelar var i maj 17 och 12 procent och för ett år sedan dystra 12 och 18 procent. I juni uppskattade 45 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet var oförändrad och 23 procent upplevde att de inte alls är i farozonen när det gäller att bli arbetslösa.

I juni förutspådde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 3,4 procent under de följande 12 månaderna. Inflationförväntningarna var för ett år sedan i juni 2,2 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationförväntningarna är 2,1 procent.

I juni antog 61 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 67 procent sparat och 78 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I juni ansåg 53 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Motsvarande andel för ett år sedan var 69 procent. I juni planerade ändå lika många som tidigare, dvs. 14 procent av hushållen, att ta lån inom ett år.

Av konsumenterna bedömde 40 procent i juni att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. En månad tidigare var motsvarande andel 38 procent och för ett år sedan 52 procent. Många hushåll planerade i juni att under de följande sex månaderna använda sina pengar t.ex. på resor eller köp av hemelektronik. Av hushållen avsåg 15 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och något färre än tidigare, dvs. 6 procent, bostad. Motsvarande andelar var i juni i fjol 16 och 8 procent.

Populationen i konsumentbarometern består av omkring 4,1 miljoner personer och 2,5 miljoner hushåll i Finland. Undersökningens urvalsstorlek är 2 200 personer varje månad. I juni var bortfallet av svar 37,5 procent. Bortfallet av svar omfattar förutom dem som vägrat eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunnat nå.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	06/2010	05/2011	06/2011	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	13,3	22,9	-6,5	18,7	15,4	11,4	-
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	9,1	14,1	2,3	10,0	10,0	5,2	--
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	37,5	52,2	10,9	50,5	46,5	44,8	+
B4 Finland's ekonomi om 12 månader (nettotal)	5,3	25,3	-27,1	15,1	3,7	-2,9	-
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	1,5	27,6	-51,1	-1,0	1,6	-1,3	+/-
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	1,0	7,6	-18,8	-1,7	6,2	7,1	+
B6 Inflation om 12 månader (procent)	2,1	4,6	0,6	2,2	3,4	3,4	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	21,1	41,8	-14,2	29,7	8,8	10,2	--
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,3	36,8	-19,6	18,4	18,0	14,2	+/-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	18,3	42,0	-47,1	26,2	6,7	3,4	-

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 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.

Alla EU-länders (säsongrensade) barometerresultat publiceras senare på EU-kommissionens webbplats: European Commission, DG ECFIN, Business and Consumer Survey Results;
http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/surveys/index_en.htm

Innehåll

1. Metoden för konsumentbarometern.....	5
---	---

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. Finland's ekonomi	9
Figurbilaga 5. Inflation.....	9
Figurbilaga 6. Arbetslösheten.....	9
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att.....	10
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation.....	10
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader.....	10
Figurbilaga 10. Hushållets köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt.....	11
Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader.....	11

1. Metoden för konsumentbarometern

Konsumentbarometern är en telefonintervjuundersökning (survey) med hjälp av vilken man mäter de finländska konsumenternas föreställningar – 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 maskiner och apparater är i hushållen.

Den första konsumentbarometerundersökningen gjordes i november 1987. Ända till 1991 gjordes den 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 EU-kommissionen.

Föremål för konsumentbarometern är ett personurval som helt byts ut varje månad. Samma urval används också vid insamlingen av uppgifter för den finländska reseundersökningen och andra enkäter.

Konsumentbarometerns urvalsstorlek är 2 200 personer varje månad. Då bortfallet av svar nuförtiden är 30–35 procent erhålls svar från drygt 1 400 personer varje månad. Bortfallet av svar omfattar förutom dem som vägrat eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunnat nå.

Konsumentbarometerns intervjuer görs från Statistikcentralens telefonintervjucentral, dvs. CATI-centralen under de två–tre första veckorna varje månad. Undersökningsområdet omfattar hela landet, och konsumentbarometerns uppgiftslämnare representerar Finlands befolkning i åldern 15–74 år ifråga om ålder, kön, boställningslän och modersmål.

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

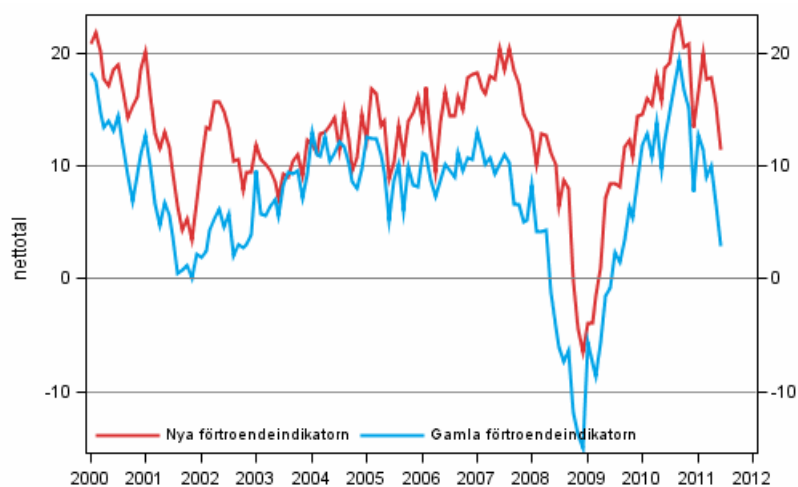
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	06/2010	05/2011	06/2011	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	13,3	22,9	-6,5	18,7	15,4	11,4	-
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	8,7	19,4	-15,0	12,3	6,6	2,9	-
A3 Mikroindikator = (B2+D1+D2)/3	24,7	33,4	9,5	31,9	28,7	27,5	+
A4 Makroindikator = (B4+B7)/2	3,4	22,8	-39,1	7,1	2,6	-2,1	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,8	9,8	-4,0	3,9	3,2	0,9	--
- Bättre (%)	24,3	30,6	16,7	22,3	23,3	21,4	
- Sämre (%)	15,7	22,7	11,4	15,8	17,9	19,9	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	9,1	14,1	2,3	10,0	10,0	5,2	--
- Bättre (%)	26,3	33,4	18,2	26,8	28,6	24,9	
- Sämre (%)	10,4	17,2	6,6	9,0	13,0	16,5	
B3 Finland's ekonomi nu (nettotal)	3,1	29,5	-60,9	2,9	7,5	1,3	+/-
- Bättre (%)	30,4	62,1	2,0	37,3	38,2	33,1	
- Sämre (%)	22,2	88,5	4,2	28,4	22,3	28,1	
B4 Finland's ekonomi om 12 månader (nettotal)	5,3	25,3	-27,1	15,1	3,7	-2,9	-
- Bättre (%)	31,9	57,3	11,6	47,0	32,1	25,7	
- Sämre (%)	20,4	57,3	6,0	16,5	23,5	29,6	
B5 Inflation nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	1,9	3,8	3,7	
B6 Inflation om 12 månader (procent)	2,1	4,6	0,6	2,2	3,4	3,4	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	1,5	27,6	-51,1	-1,0	1,6	-1,3	+/-
- Mindre (%)	34,4	60,8	6,4	30,4	34,2	28,7	
- Mera (%)	29,3	83,3	6,9	30,2	30,0	29,6	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	1,0	7,6	-18,8	-1,7	6,2	7,1	+
- Minskat (%)	14,0	20,0	5,3	12,4	16,9	19,1	
- Ökat (%)	14,9	31,9	7,9	17,6	11,7	12,6	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	21,1	41,8	-14,2	29,7	8,8	10,2	--
- Fördelaktig tidpunkt (%)	45,7	62,4	29,6	51,5	38,2	40,0	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	24,6	45,7	17,7	21,8	29,4	29,8	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,3	36,8	-19,6	18,4	18,0	14,2	+/-
- Bra tid (%)	58,7	80,7	33,4	63,9	63,3	60,7	
- Dålig tid (%)	35,4	58,5	15,5	31,8	31,2	35,0	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	18,3	42,0	-47,1	26,2	6,7	3,4	-
- Bra tid (%)	62,9	78,2	13,3	69,2	54,2	52,8	
- Dålig tid (%)	29,6	83,4	12,1	25,6	39,4	42,3	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	27,4	35,1	14,7	35,1	29,6	32,4	+
- Kan spara (%)	57,9	70,0	38,6	68,3	63,6	67,4	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	5,6	7,8	6,9	

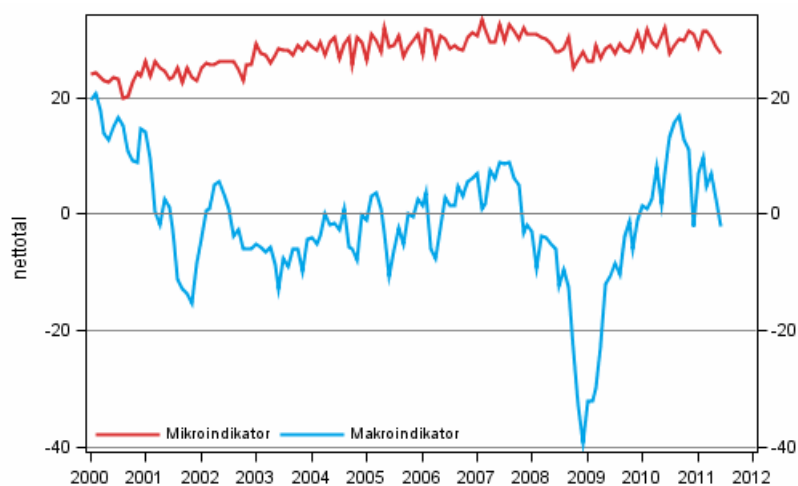
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	06/2010	05/2011	06/2011	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	37,5	52,2	10,9	50,5	46,5	44,8	+
- Kan spara (%)	72,7	82,3	56,6	81,2	78,4	77,8	
- Kan inte spara (%)	25,2	40,3	16,5	17,9	20,6	21,4	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,5	17,8	9,1	14,4	13,4	14,0	+
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	6,6	6,1	6,4	
- Eventuellt (%)	7,9	11,4	5,3	7,8	7,3	7,5	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-7,8	-2,4	-18,2	-8,5	-8,2	-9,9	-
- Mera (%)	22,9	30,8	14,3	20,0	19,4	18,9	
- Mindre (%)	32,4	40,4	26,5	31,1	30,5	32,0	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,5	21,7	14,2	15,8	18,2	15,3	--
- Mycket sannolikt (%)	9,1	12,1	6,3	7,2	8,9	8,4	
- Ganska sannolikt (%)	8,5	10,4	6,2	8,6	9,2	7,0	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	8,1	9,7	6,3	-
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	3,4	4,2	3,0	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,7	5,5	3,4	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,4	27,0	9,8	22,5	24,7	21,1	+
- Mycket sannolikt (%)	12,0	19,0	5,0	16,1	19,0	16,1	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,3	5,7	5,0	

Figurbilagor

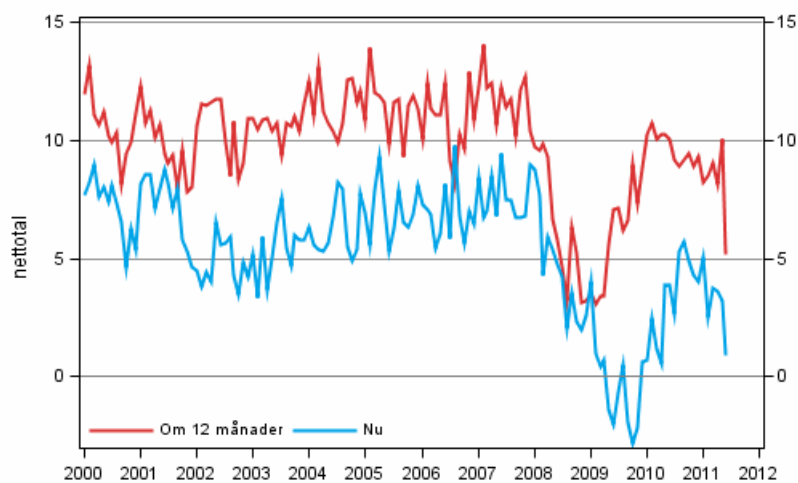
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



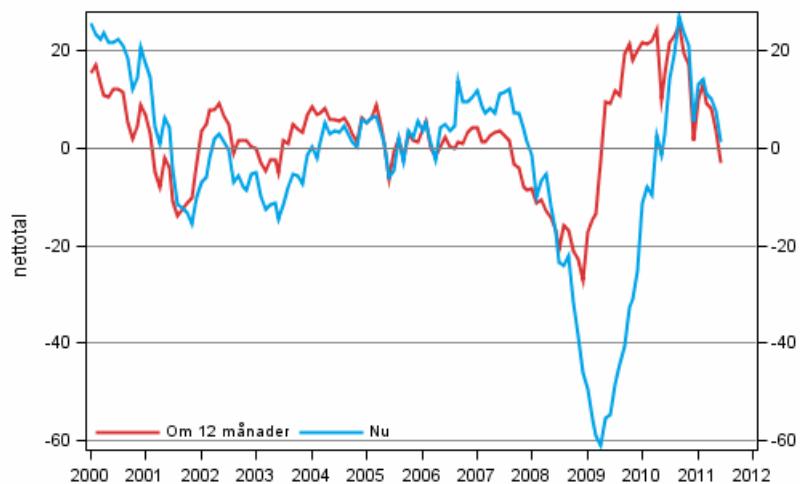
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



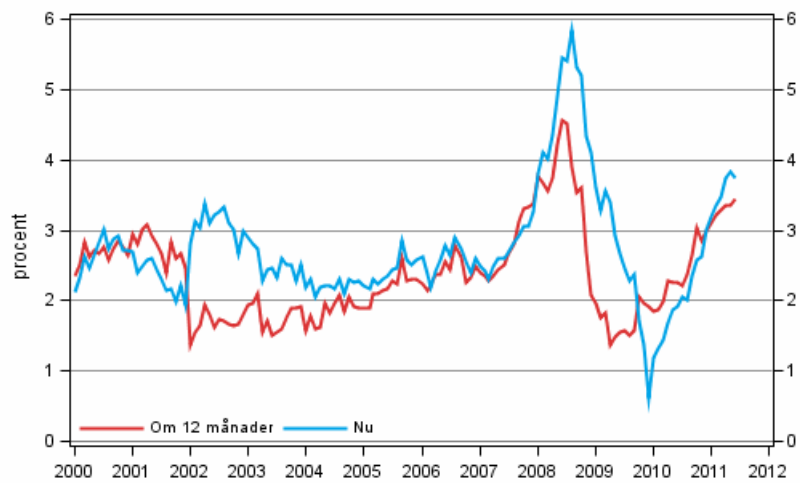
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



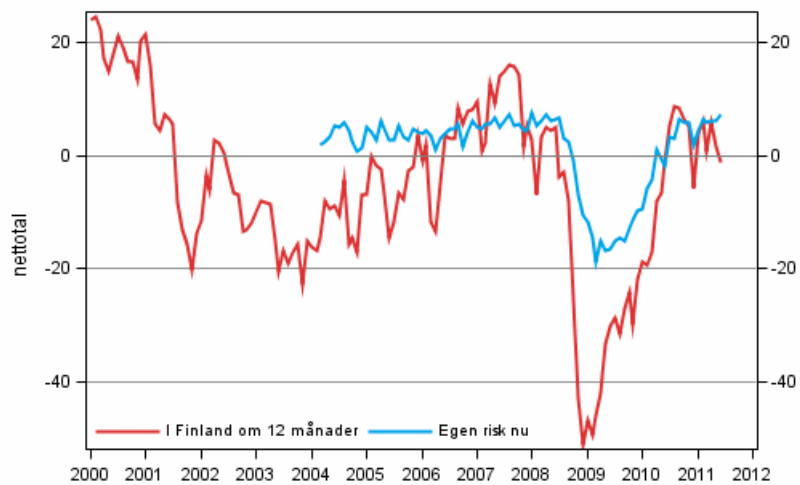
Figurbilaga 4. Finland's ekonomi



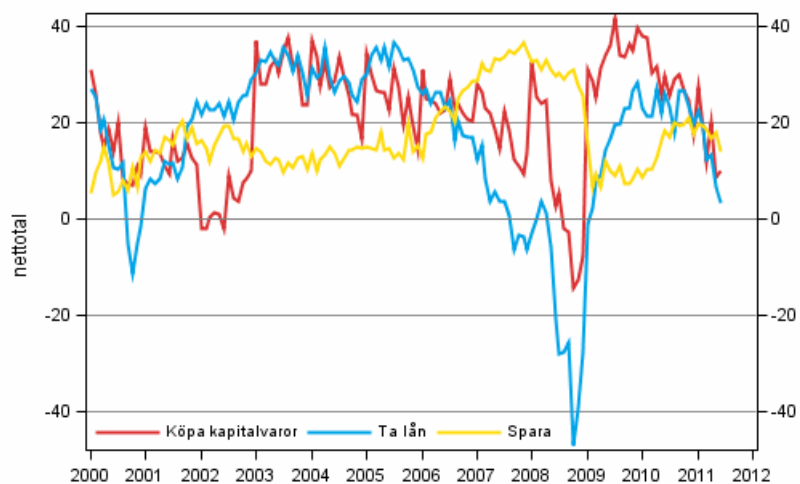
Figurbilaga 5. Inflation



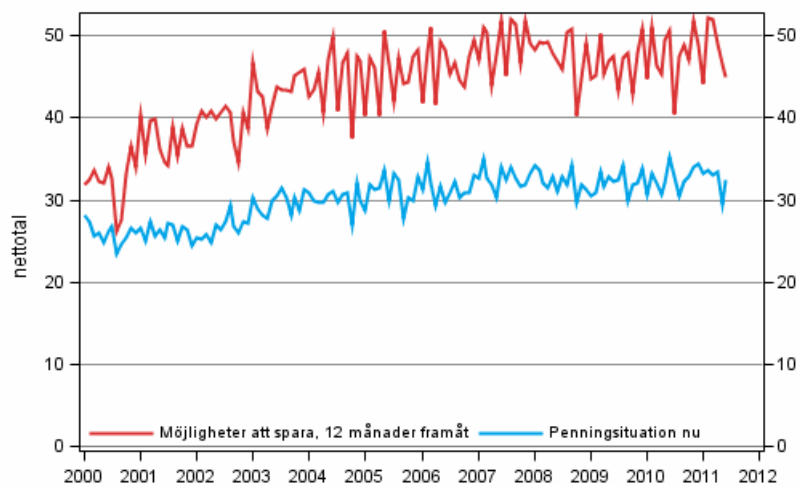
Figurbilaga 6. Arbetslösheten



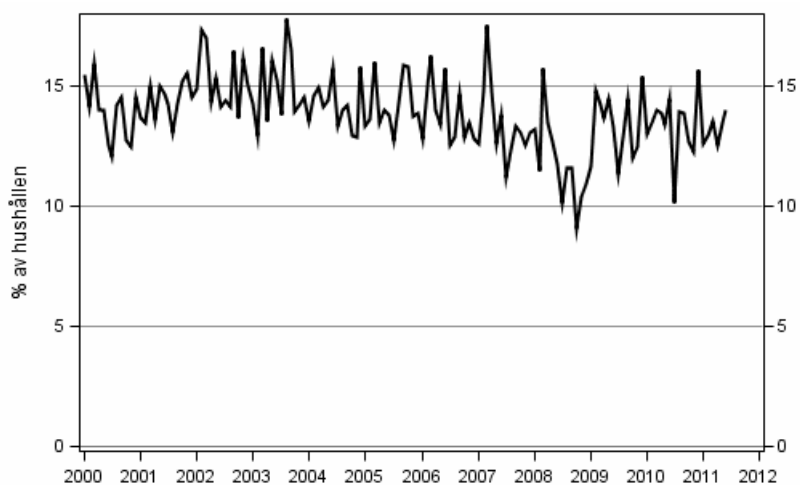
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



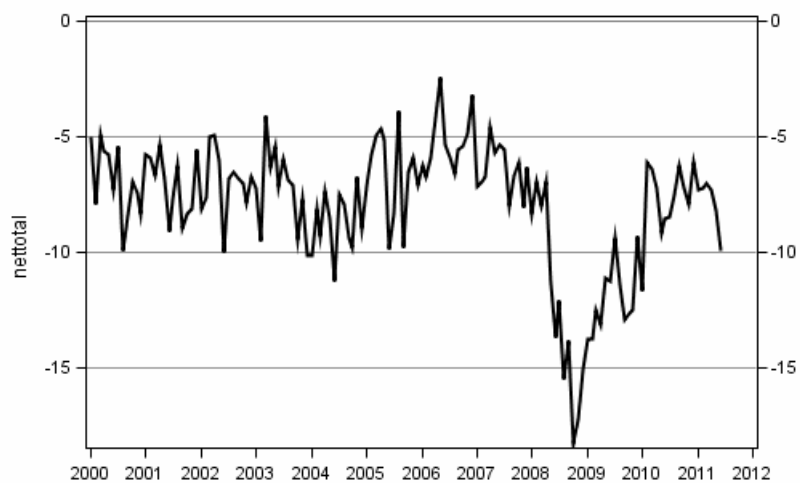
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation



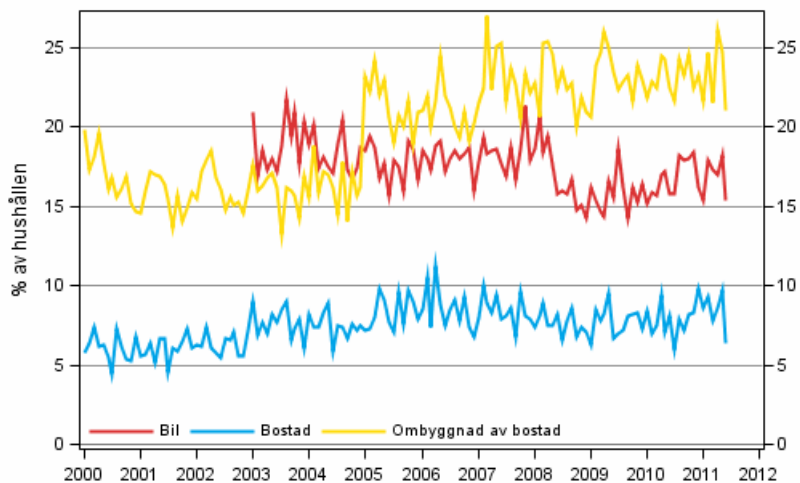
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



Figurbilaga 10. Hushållets köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt



Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader



Förfrågningar

Pertti Kangassalo (09) 1734 3598

Ansvarig statistikdirektör:

Ari Tyrkkö

kuluttaja.barometri@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2011, juni. Statistikcentralen