

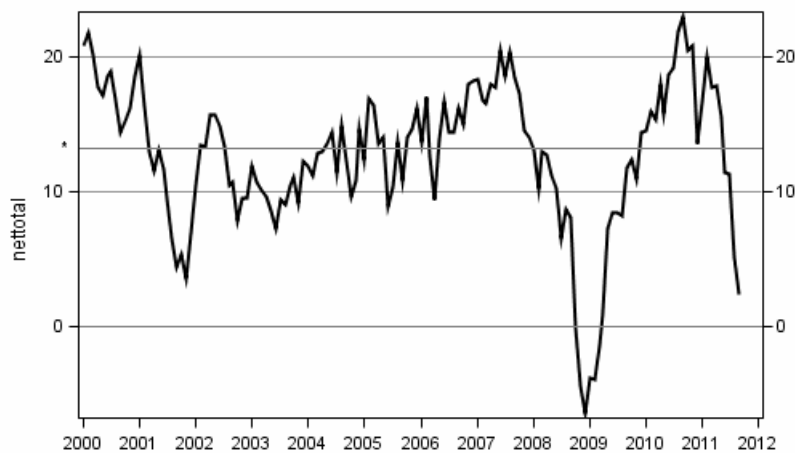
Konsumentbarometern

2011, september

Konsumenternas förtroende sjönk ytterligare i september

Konsumenternas förtroendeindikator var i september 2,3, då den i augusti var 5,1 och i juli 11,3. I september i fjol var förtroendet för ekonomin som starkast och förtroendeindikatorn visade ett värde på 22,9. Indikatorns långtidsmedelvärde är 13,2. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades 1–19 september 1 452 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



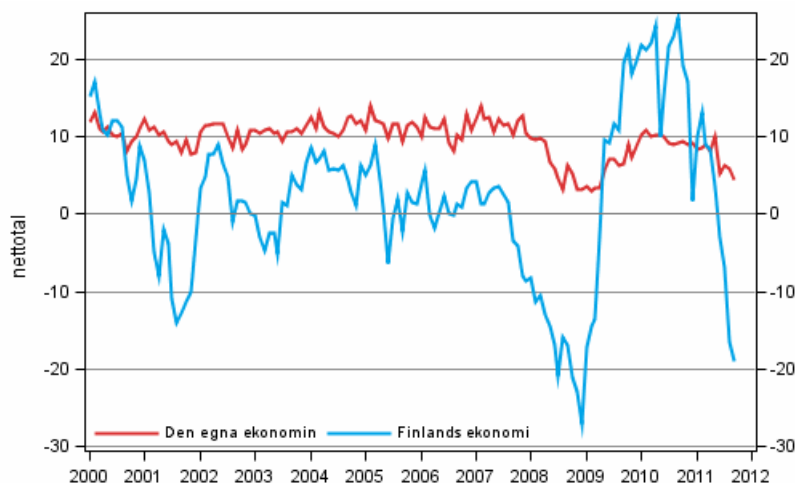
* medeltal 10/1995 - 09/2011

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades i september bara den redan ljusa synen på de egna möjligheterna att spara jämfört med föregående månad. Däremot försvagades synen på den egna ekonomin i allmänhet ytterligare något. Förväntningarna på den allmänna ekonomin, dvs. Finlands ekonomi och arbetslöshetsutvecklingen, blev allt dystrare i september. Bedömningarna om ekonomin i Finland var de mest pessimistiska sedan slutet av år 2008, och senast var man mer oroad över ökande arbetslöshet år 2009.

I september oroade sig sysselsatta konsumenter något mera än tidigare för att själva råka ut för arbetslöshet. Dessutom ansåg man i september att det är betydligt mer fördelaktigt att spara jämfört med att köpa kapitalvaror och i synnerhet jämfört med att ta lån.

I september trodde bara 16 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 48 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i augusti 18 och 45 procent och i september i fjol mycket optimistiska 56 och 8 procent. I september litade 23 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 16 procent befarade att den blir sämre inom ett år. En månad tidigare var dessa andelar 24 och 15 procent och för ett år sedan 28 och 12 procent.

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



I september trodde bara 14 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar i Finland under det följande året och redan 58 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i augusti 17 och 42 procent och för ett år sedan optimistiska 39 och 21 procent.

I september antog 11 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan fler, dvs. 15 procent, bedömde att risken ökat. En månad tidigare var motsvarande andelar 13 och 14 procent och för ett år sedan 20 och 13 procent. I september uppskattade 47 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet var oförändrad och 27 procent upplevde att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I september förutspådde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 3,2 procent under de följande 12 månaderna. Så sent som i juli var inflationsförväntningarna 3,6 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

I september antog 65 procent av konsumenterna att tidpunkten att spara är god. Av hushållen hade rentav 69 procent sparat och 81 procent trodde att de kan spara under det följande året.

Av konsumenterna ansåg 47 procent i september att det är fördelaktigt att ta lån. Motsvarande andel för ett år sedan var 71 procent. I september planerade 12 procent av hushållen att ta lån inom ett år.

Av konsumenterna bedömde 38 procent i september att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. För ett år sedan var motsvarande andel 53 procent. I september var konsumtionsplanerna återhållsamma, men många hushåll planerade att använda pengar på t.ex. resor eller renovering och inredning av bostaden under de följande sex månaderna. Av hushållen avsåg 16 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och 7 procent bostad. Motsvarande andelar var i september i fjol 18 och 7 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 september var bortfallet av svar 34,0 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-	09/2010	08/2011	09/2011	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	13,2	22,9	-6,5	22,9	5,1	2,3	--
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	9,0	14,1	2,3	9,2	5,8	4,5	--
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	37,6	52,2	10,9	48,8	44,7	48,9	+
B4 Finland's ekonomi om 12 månader (nettotal)	5,0	25,3	-27,1	25,3	-16,5	-19,0	--
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	1,2	27,6	-51,1	8,5	-13,6	-25,3	--
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	1,1	7,6	-18,8	6,3	1,6	-0,2	+/-
B6 Inflation om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	2,6	3,1	3,2	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	20,9	41,8	-14,2	30,1	8,4	4,2	--
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,5	36,8	-19,6	19,2	20,6	19,2	+
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	18,0	42,0	-47,1	26,7	-4,4	-2,2	--

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

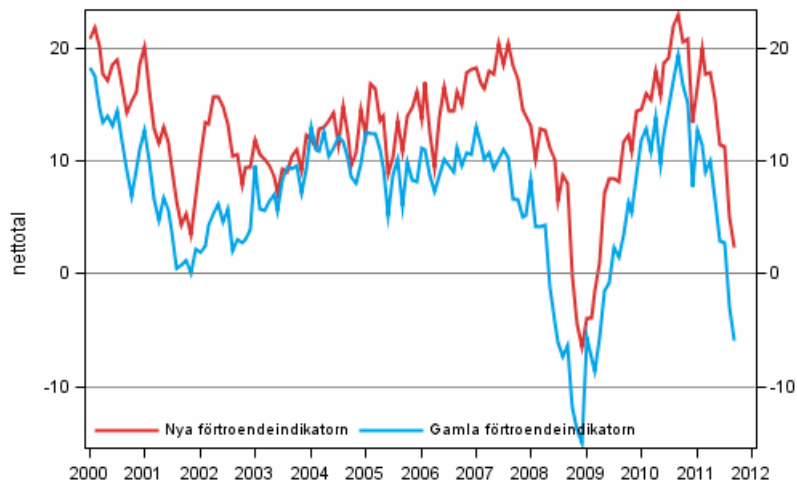
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	09/2010	08/2011	09/2011	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	13,2	22,9	-6,5	22,9	5,1	2,3	--
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	8,5	19,4	-15,0	19,4	-2,9	-6,0	--
A3 Mikroindikator = (B2+D1+D2)/3	24,7	33,4	9,5	30,1	26,9	29,1	+
A4 Makroindikator = (B4+B7)/2	3,1	22,8	-39,1	16,9	-15,1	-22,1	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,8	9,8	-4,0	5,7	2,5	2,9	-
- Bättre (%)	24,3	30,6	16,7	23,6	23,1	21,7	
- Sämre (%)	15,7	22,7	11,4	14,6	18,5	16,6	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	9,0	14,1	2,3	9,2	5,8	4,5	--
- Bättre (%)	26,2	33,4	18,2	27,9	23,9	22,9	
- Sämre (%)	10,5	17,2	6,6	11,9	14,7	15,7	
B3 Finland's ekonomi nu (nettotal)	2,8	29,5	-60,9	26,9	-14,7	-22,5	--
- Bättre (%)	30,2	62,1	2,0	62,1	19,7	13,5	
- Sämre (%)	22,5	88,5	4,2	10,1	44,5	51,5	
B4 Finland's ekonomi om 12 månader (nettotal)	5,0	25,3	-27,1	25,3	-16,5	-19,0	--
- Bättre (%)	31,7	57,3	11,6	56,3	17,8	15,9	
- Sämre (%)	20,7	57,3	6,0	8,0	45,4	47,9	
B5 Inflation nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	2,3	3,7	3,6	
B6 Inflation om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	2,6	3,1	3,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	1,2	27,6	-51,1	8,5	-13,6	-25,3	--
- Mindre (%)	34,2	60,8	6,4	38,6	17,2	13,6	
- Mera (%)	29,5	83,3	6,9	20,8	42,3	58,4	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	1,1	7,6	-18,8	6,3	1,6	-0,2	+/-
- Minskat (%)	14,0	20,0	5,3	20,0	13,2	11,3	
- Ökat (%)	14,9	31,9	7,9	12,5	13,9	15,0	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	20,9	41,8	-14,2	30,1	8,4	4,2	--
- Fördelaktig tidpunkt (%)	45,6	62,4	29,6	52,5	41,0	38,3	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	24,7	45,7	17,7	22,4	32,6	34,1	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,5	36,8	-19,6	19,2	20,6	19,2	+
- Bra tid (%)	58,8	80,7	33,4	65,6	65,3	64,5	
- Dålig tid (%)	35,3	58,5	15,5	30,1	30,4	31,0	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	18,0	42,0	-47,1	26,7	-4,4	-2,2	--
- Bra tid (%)	62,6	78,2	13,3	71,1	45,4	46,9	
- Dålig tid (%)	29,9	83,4	12,1	24,0	49,7	47,7	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	27,5	35,1	14,7	32,3	30,1	33,9	++
- Kan spara (%)	58,0	70,0	38,6	66,6	62,7	68,9	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	6,9	7,3	6,3	

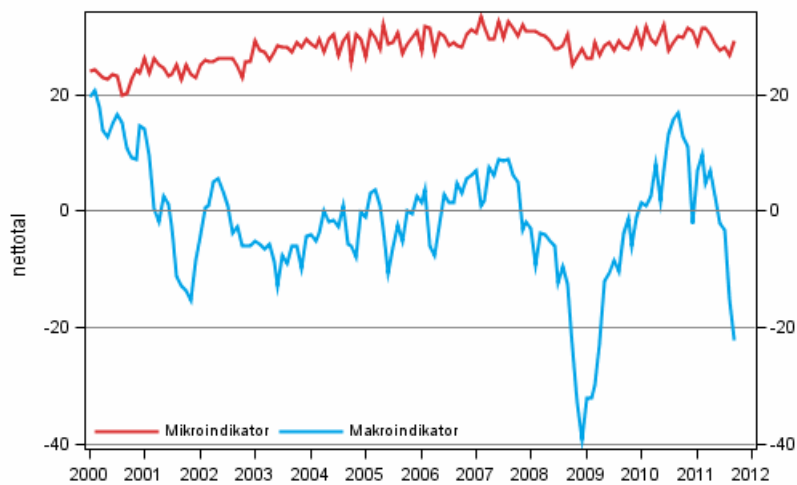
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	09/2010	08/2011	09/2011	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	37,6	52,2	10,9	48,8	44,7	48,9	+
- Kan spara (%)	72,8	82,3	56,6	80,7	77,2	80,6	
- Kan inte spara (%)	25,2	40,3	16,5	18,9	21,6	19,1	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,5	17,8	9,1	13,9	13,8	12,3	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,1	6,5	5,4	
- Eventuellt (%)	7,9	11,4	5,2	8,8	7,4	6,9	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-7,8	-2,4	-18,2	-6,3	-12,7	-11,1	--
- Mera (%)	22,8	30,8	14,3	22,5	18,5	18,0	
- Mindre (%)	32,4	40,4	26,5	28,7	35,0	33,8	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,5	21,7	14,2	17,8	16,4	16,4	-
- Mycket sannolikt (%)	9,1	12,1	6,3	9,6	8,4	8,8	
- Ganska sannolikt (%)	8,4	10,4	6,2	8,2	8,0	7,6	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	7,2	8,3	7,4	+
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	3,5	3,0	3,5	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	3,7	5,2	4,0	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,5	27,0	9,8	23,3	20,8	21,5	+
- Mycket sannolikt (%)	12,1	19,0	5,0	17,1	14,5	14,8	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,1	6,3	6,7	

Figurbilagor

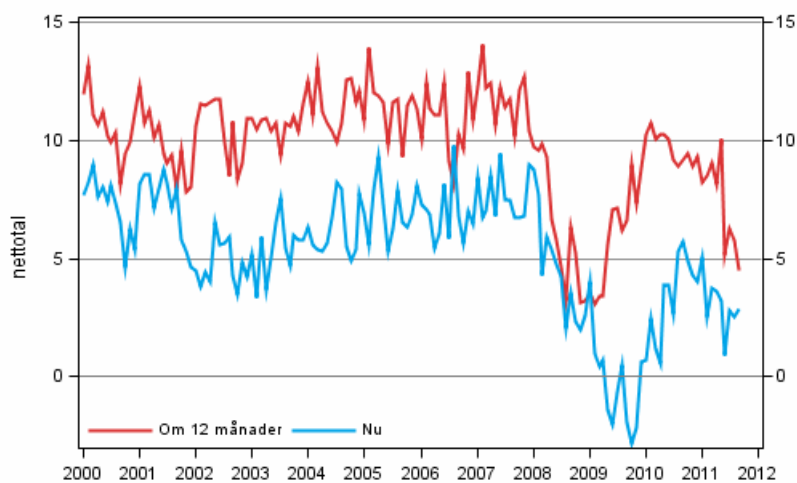
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



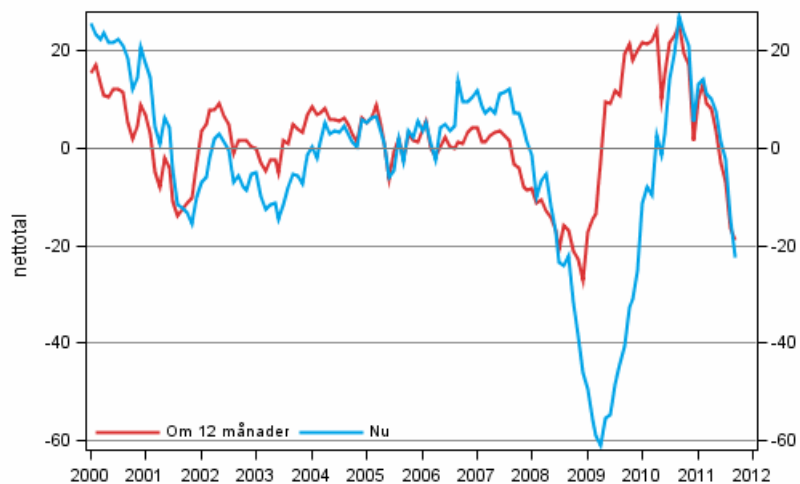
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



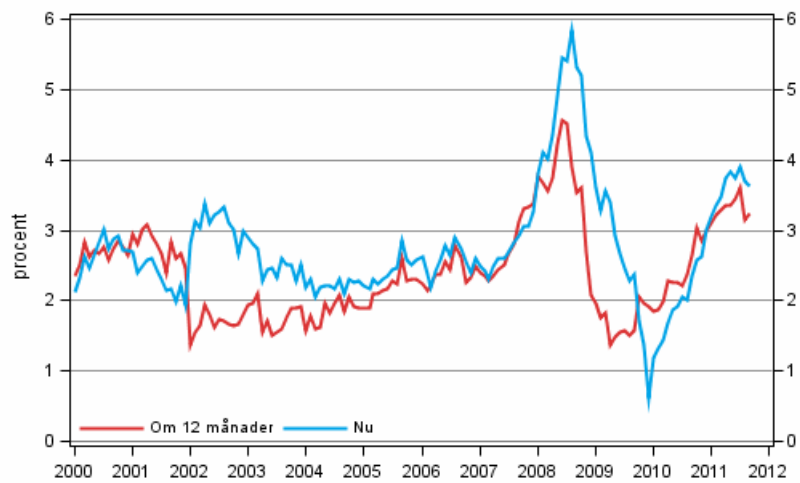
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



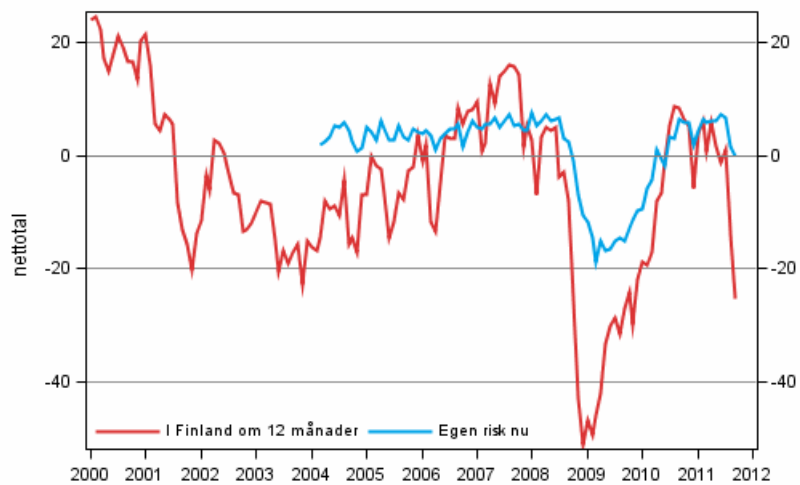
Figurbilaga 4. Finland's ekonomi



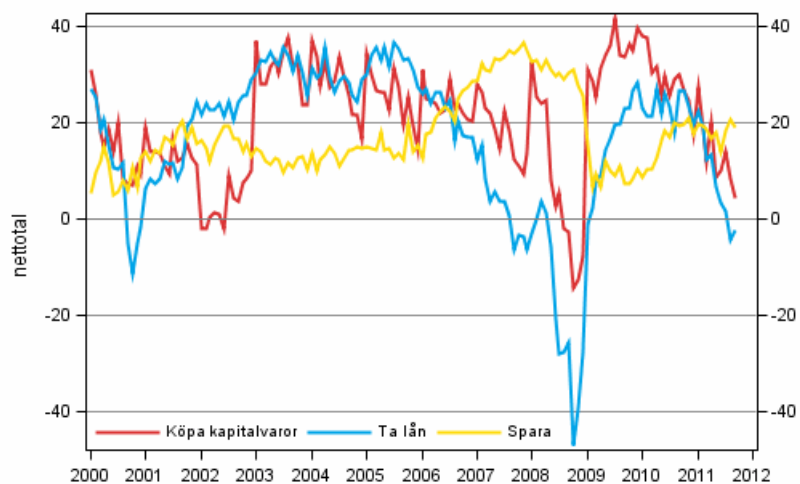
Figurbilaga 5. Inflation



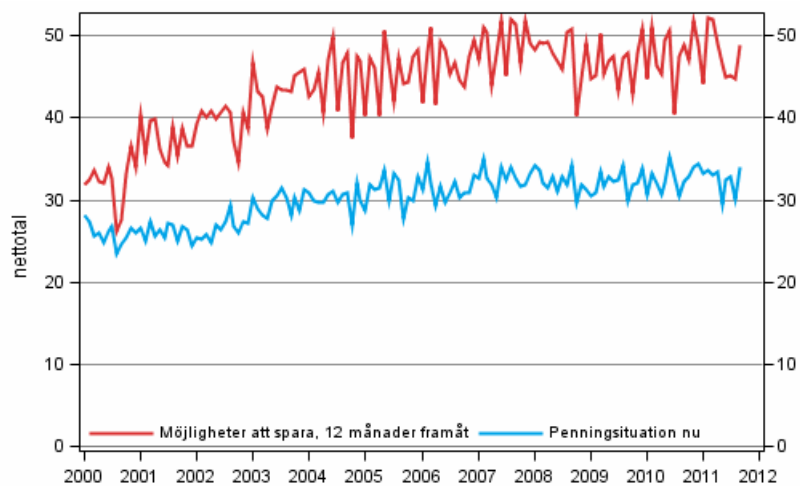
Figurbilaga 6. Arbetslösheten



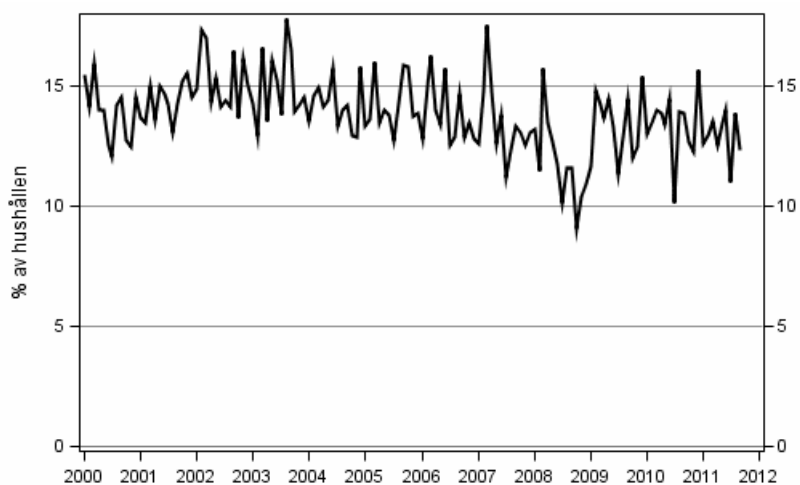
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



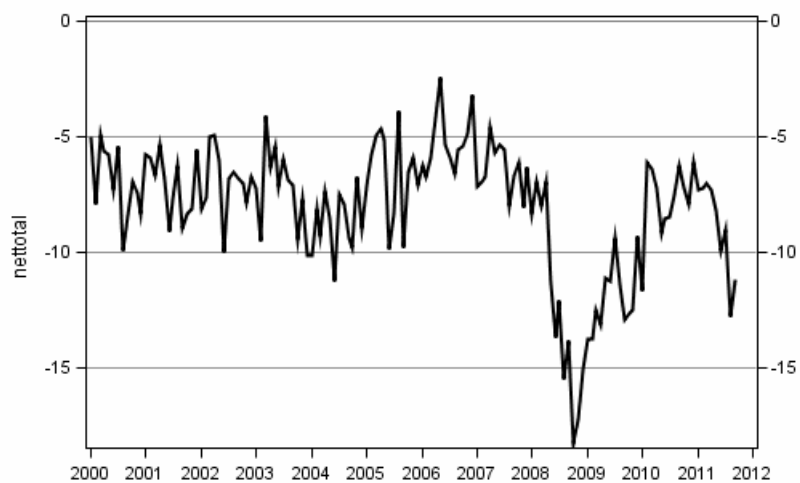
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation



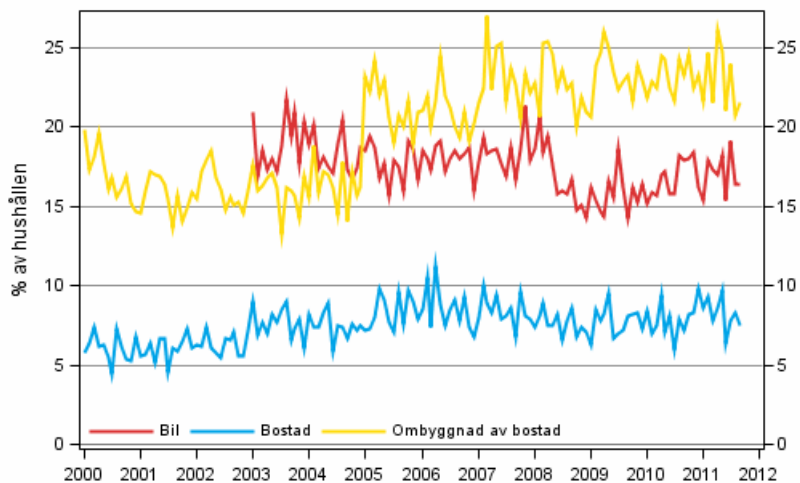
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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, september. Statistikcentralen