

Konsumentbarometern

2012, maj

Konsumenternas förtroende nästan genomsnittligt i maj

Konsumenternas förtroendeindikator var i maj 12,0 medan den i april var 10,4 och i mars 8,0. I maj var förtroendet för ekonomin redan nästan på samma nivå som långtidsmedelvärdet. Förtroendeindikatorns långtidsmedelvärde är 12,9. I maj i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 15,4. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades 2–18 maj 1 446 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



* medeltal 10/1995 - 05/2012

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades i maj bara förväntningarna på det egna hushållets möjligheter att spara jämfört med föregående månad. De övriga delfaktorerna var ungefär oförändrade. Förväntningarna på arbetslöshetsutvecklingen var pessimistiska. I maj var konsumenternas tro på sin egen och på Finlands ekonomi fortfarande försiktigare än långtidsmedelvärdet.

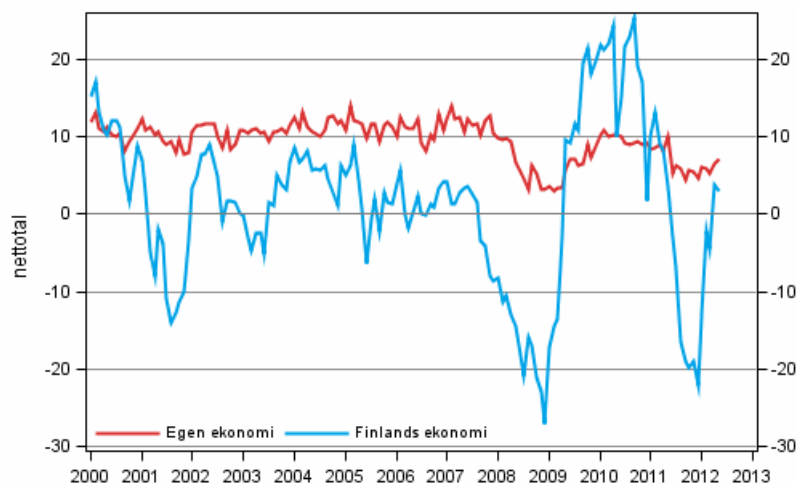
I maj oroade sig sysselsatta konsumenter också en aning för att själva råka ut för arbetslöshet. Dessutom ansåg konsumenterna att tidpunkten inte var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Däremot ansåg man i maj att det var lönsamt att spara och att ta lån.

Egen och Finlands ekonomi

I maj trodde 32 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 25 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Andelarna var ungefär desamma en månad och ett år tidigare.

I maj litade 24 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 12 procent befarade att den blir sämre inom ett år. För ett år sedan var andelarna 29 och 13 procent.

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



Arbetslöshet och inflation

I maj litade 21 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar i Finland under det följande året och 40 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. För ett år sedan var motsvarande andelar 34 och 30 procent.

I maj antog 12 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan fler, dvs. 16 procent, bedömde att risken ökat. För ett år sedan var dessa andelar 17 och 12 procent. I maj uppskattade 48 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet var oförändrad och 24 procent upplevde att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

Konsumenterna förutspådde i maj att konsumentpriserna stiger med 3,1 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

Sparande och låntagning

Totalt 61 procent av konsumenterna ansåg i maj att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 67 procent sparat och 79 procent trodde att de kan spara under det följande året. I april var dessa andelar 64 och 75 procent.

I maj ansåg 65 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Motsvarande andel var i april 61 procent och för ett år sedan 54 procent. I maj planerade dock något färre än i genomsnitt, dvs. 11 procent av hushållen, att ta lån inom ett år.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde bara 36 procent i maj att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Konsumtionsplanerna var mer återhållsamma än vanligt i maj, men många hushåll planerade att använda pengar t.ex. till att köpa hemelektronik, reparera bostaden eller resa under de följande sex månaderna. Av hushållen avsåg 15 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och 8 procent bostad. Motsvarande andelar var i maj i fjol 18 och 10 procent.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	05/2011	04/2012	05/2012	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,9	22,9	-6,5	15,4	10,4	12,0	+/-
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,9	14,1	2,3	10,0	6,5	7,2	-
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,5	25,3	-27,1	3,7	3,8	3,0	+/-
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	3,4	3,2	3,1	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	0,4	27,6	-51,1	1,6	-9,0	-10,7	-
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,9	7,6	-18,8	6,2	-1,7	-0,7	+/-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	20,3	41,8	-14,2	8,8	3,1	3,0	--
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,7	36,8	-19,6	18,0	13,6	14,8	+
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,5	42,0	-47,1	6,7	16,0	21,4	+/-
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	38,0	52,2	10,9	46,5	40,6	48,5	+

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.

Undersökningens population och urval

Till populationen i konsumentbarometern hör 4,4 miljoner personer i åldern 15–84 år och 2,6 miljoner hushåll i Finland. Populationen utvidgades i januari 2012 till att omfatta personer i åldern 75–84 år. Undersökningens bruttourvalsstorlek är 2 350 personer varje månad (tidigare 2 200 personer).

I maj var bortfallet av svar 38,5 procent. Bortfallet omfattar förutom dem som vägrat eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunnat nå.

Förtroendeindikatorns värde uppskattas ha försämrats med drygt en enhet fr.o.m. januari 2012 sedan populationen utvidgades till att omfatta 75–84-åringar.

EU-resultat

Alla EU-länders (säsongrensade) barometerresultat publiceras 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 makroindikatorerna.....	8
Figurbilaga 3. Egen ekonomi.....	8
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi	9
Figurbilaga 5. Inflationen.....	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. 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 2 350 personer varje månad. Då bortfallet av svar nuförtiden är ungefär 35 procent erhålls svar från omkring 1 500 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 15–84 år ifråga om ålder, kön, bostättningslän 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

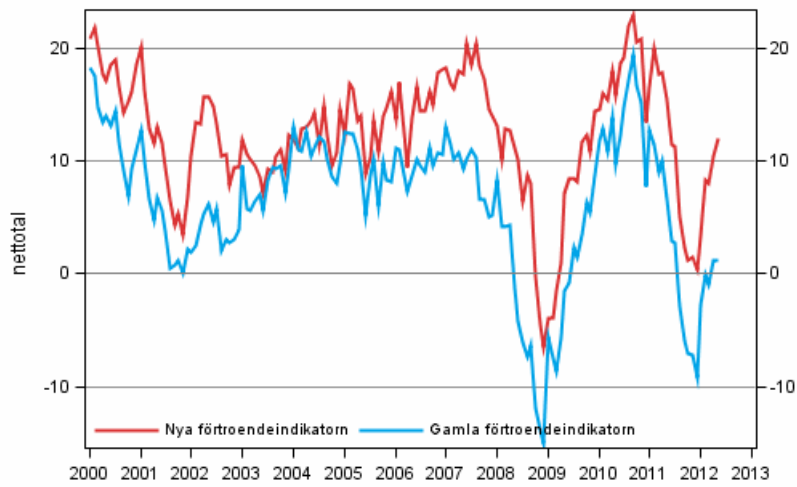
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	05/2011	04/2012	05/2012	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,9	22,9	-6,5	15,4	10,4	12,0	+/-
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	8,0	19,4	-15,0	6,6	1,2	1,2	--
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	24,8	33,4	9,5	28,7	26,1	29,4	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	2,4	22,8	-39,1	2,6	-2,6	-3,9	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,7	9,8	-4,0	3,2	1,8	2,1	-
- Bättre (%)	24,2	30,6	16,7	23,3	21,2	20,3	
- Sämre (%)	15,8	22,7	11,4	17,9	18,7	18,0	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,9	14,1	2,3	10,0	6,5	7,2	-
- Bättre (%)	26,1	33,4	18,2	28,6	24,4	23,5	
- Sämre (%)	10,6	17,2	6,6	13,0	13,5	11,5	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	1,9	29,5	-60,9	7,5	-9,0	-9,1	-
- Bättre (%)	29,5	62,1	2,0	38,2	21,8	19,1	
- Sämre (%)	23,5	88,5	4,2	22,3	36,1	34,7	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,5	25,3	-27,1	3,7	3,8	3,0	+/-
- Bättre (%)	31,4	57,3	11,6	32,1	34,7	32,1	
- Sämre (%)	21,4	57,3	6,0	23,5	25,4	25,4	
B5 Inflationen nu (procent)	2,3	5,8	-2,0	3,8	3,6	3,6	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	3,4	3,2	3,1	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	0,4	27,6	-51,1	1,6	-9,0	-10,7	-
- Mindre (%)	33,5	60,8	6,4	34,2	23,1	20,6	
- Mera (%)	30,4	83,3	6,9	30,0	38,5	40,1	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,9	7,6	-18,8	6,2	-1,7	-0,7	+/-
- Minskat (%)	13,8	20,0	5,3	16,9	13,1	12,1	
- Ökat (%)	15,1	31,9	7,9	11,7	18,2	16,4	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	20,3	41,8	-14,2	8,8	3,1	3,0	--
- Fördelaktig tidpunkt (%)	45,3	62,4	29,6	38,2	35,8	35,9	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	25,0	45,7	17,7	29,4	32,7	32,9	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,7	36,8	-19,6	18,0	13,6	14,8	+
- Bra tid (%)	58,9	80,7	33,4	63,3	59,9	60,7	
- Dålig tid (%)	35,2	58,5	15,5	31,2	35,5	34,6	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,5	42,0	-47,1	6,7	16,0	21,4	+/-
- Bra tid (%)	62,2	78,2	13,3	54,2	60,7	64,9	
- Dålig tid (%)	30,3	83,4	12,1	39,4	32,5	29,5	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	27,6	35,1	14,7	29,6	31,1	32,5	+
- Kan spara (%)	58,4	70,0	38,6	63,6	63,9	66,7	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	7,8	6,8	7,0	

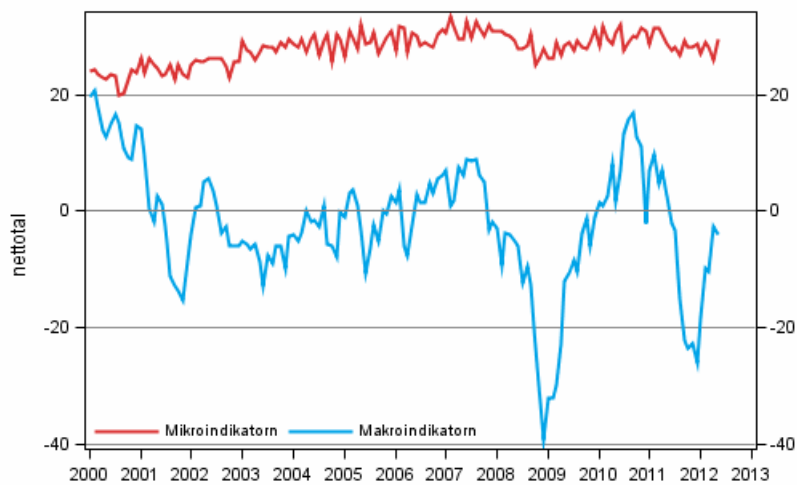
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	05/2011	04/2012	05/2012	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	38,0	52,2	10,9	46,5	40,6	48,5	+
- Kan spara (%)	73,0	82,3	56,6	78,4	74,9	79,4	
- Kan inte spara (%)	25,0	40,3	16,5	20,6	23,9	19,2	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,5	17,8	9,1	13,4	12,0	11,4	--
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	6,1	5,0	5,6	
- Eventuellt (%)	7,8	11,4	5,2	7,3	7,0	5,9	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-7,9	-2,4	-18,2	-8,2	-9,9	-11,0	--
- Mera (%)	22,6	30,8	14,3	19,4	17,4	18,3	
- Mindre (%)	32,4	40,4	26,5	30,5	32,1	32,5	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,4	21,7	14,2	18,2	15,4	14,7	--
- Mycket sannolikt (%)	9,0	12,1	6,3	8,9	7,8	6,3	
- Ganska sannolikt (%)	8,4	10,4	6,2	9,2	7,6	8,3	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	9,7	7,8	8,1	+
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	4,2	3,1	3,1	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	5,5	4,6	5,0	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,6	27,0	9,8	24,7	21,2	24,5	++
- Mycket sannolikt (%)	12,2	19,0	5,0	19,0	15,5	16,5	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	5,7	5,7	8,0	

Figurbilagor

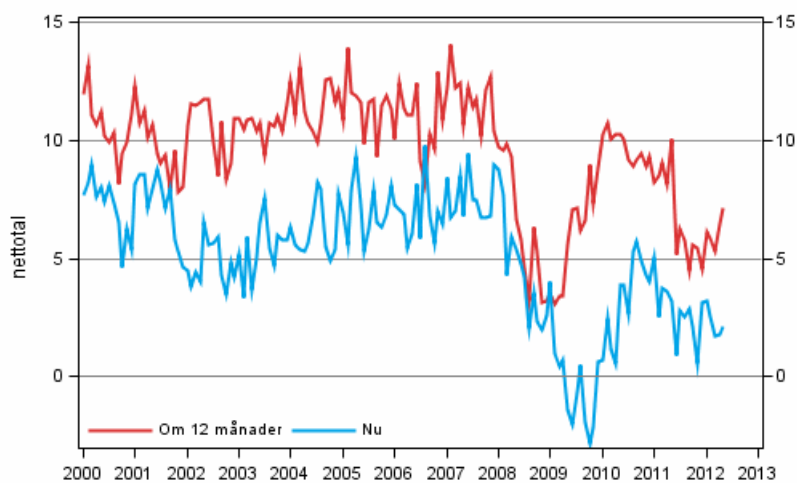
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



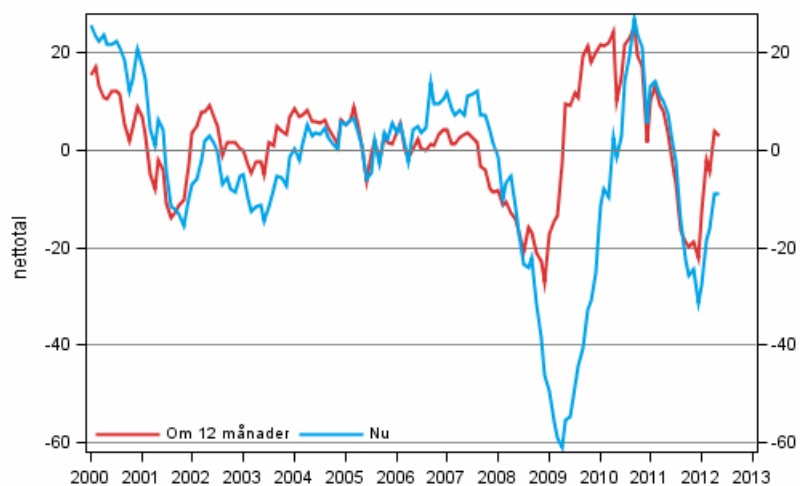
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna



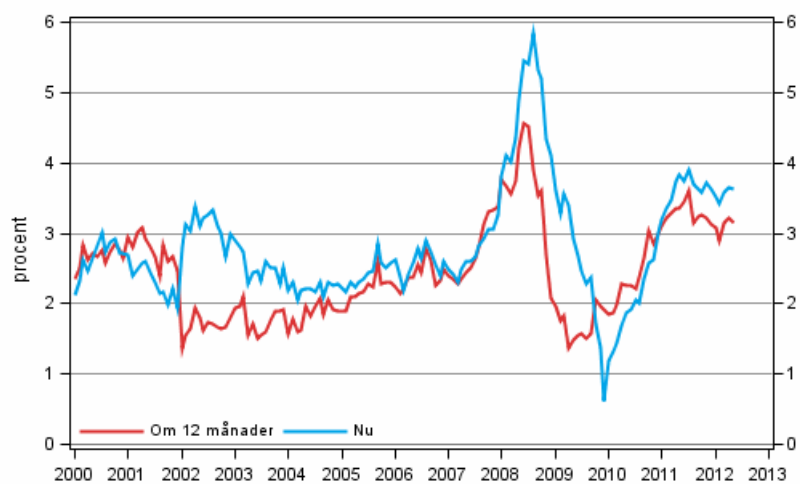
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



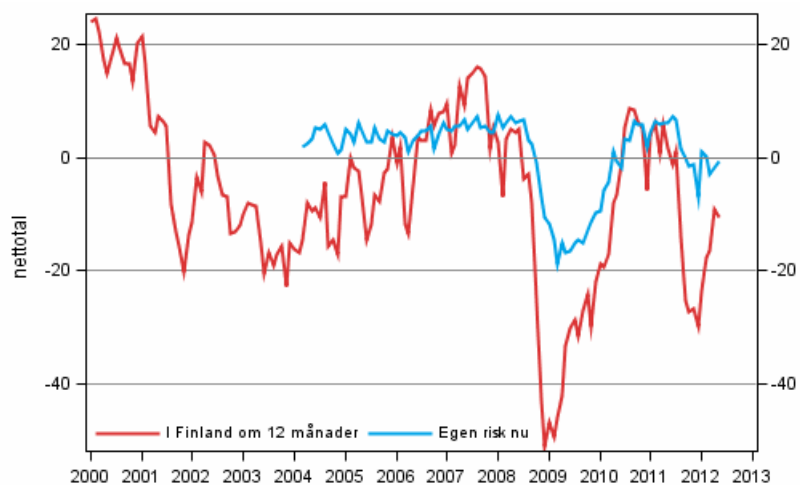
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



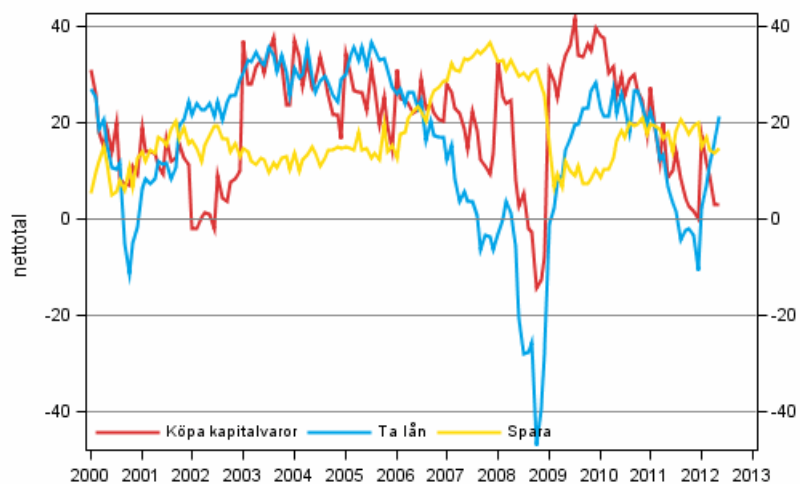
Figurbilaga 5. Inflationen



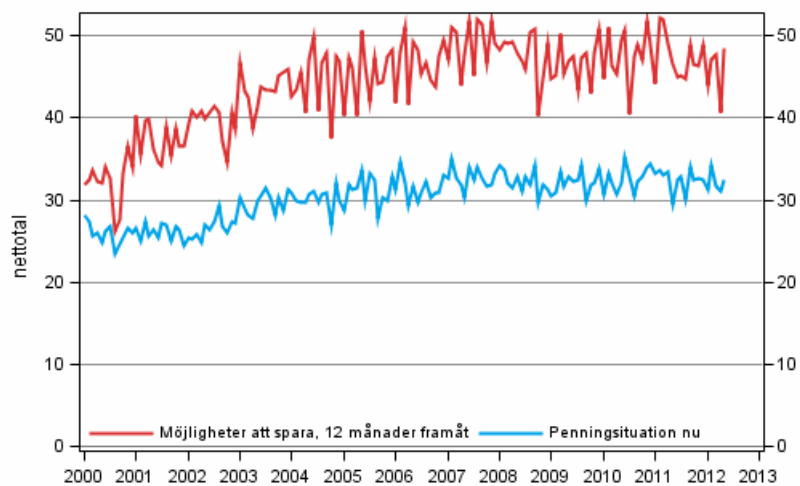
Figurbilaga 6. Arbetslösheten



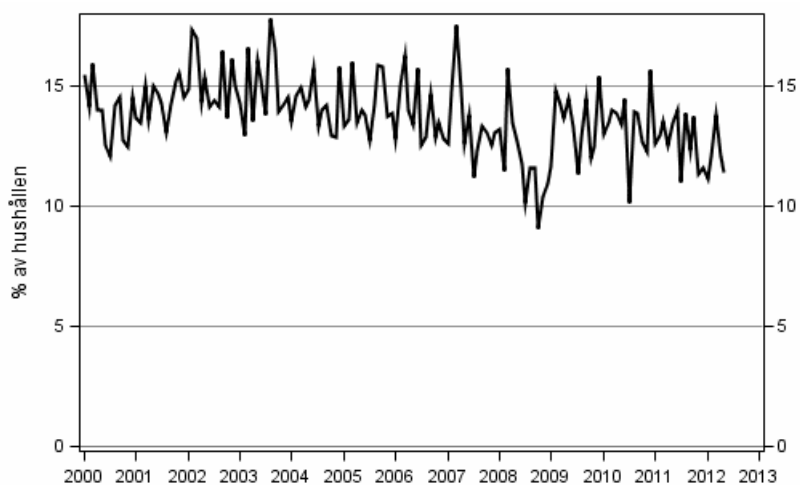
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



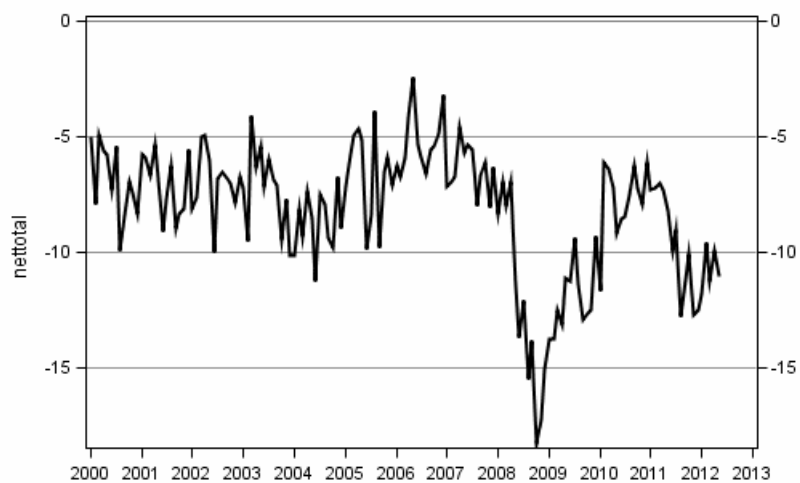
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation



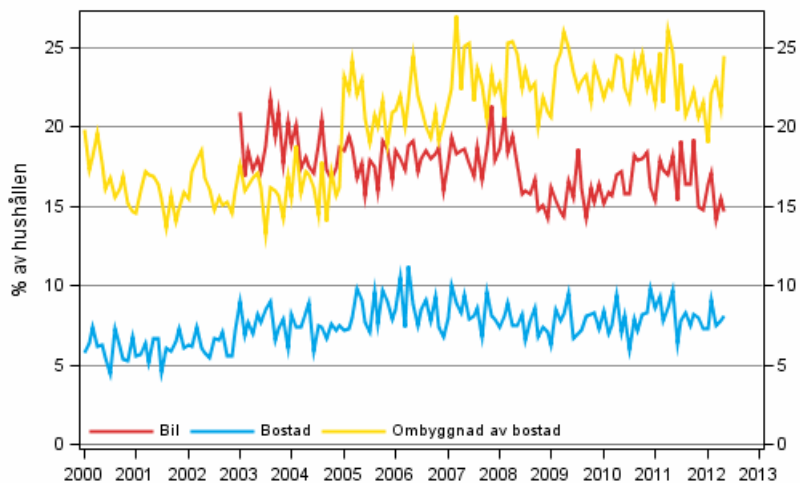
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



Figurbilaga 10. 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

Tara Junes 09 1734 3503

Ansvarig statistikdirektör:

Riitta Harala

kuluttaja.barometri@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2012, maj. Statistikcentralen