

Konsumentbarometern

2012, september

Konsumenternas förtroende förstärktes något i september

Konsumenternas förtroendeindikator var i september 3,4, då den i augusti och juli låg på noll. Förtroendet för ekonomin låg ungefär på samma nivå som för ett år sedan (2,3), men klart under det långvariga medelvärdet (12,7). Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades 3–19 september 1 468 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



* medeltal 10/1995 - 09/2012

Konsumenternas förväntningar på den egna ekonomin och Finlands ekonomi, arbetslöshetsutvecklingen och hushållets möjligheter att spara förbättrades något i september jämfört med augusti. Trots den lindriga förbättringen var förväntningarna fortsatt dystra med undantag av den redan sedan tidigare ganska positiva synen på hushållets möjligheter att spara.

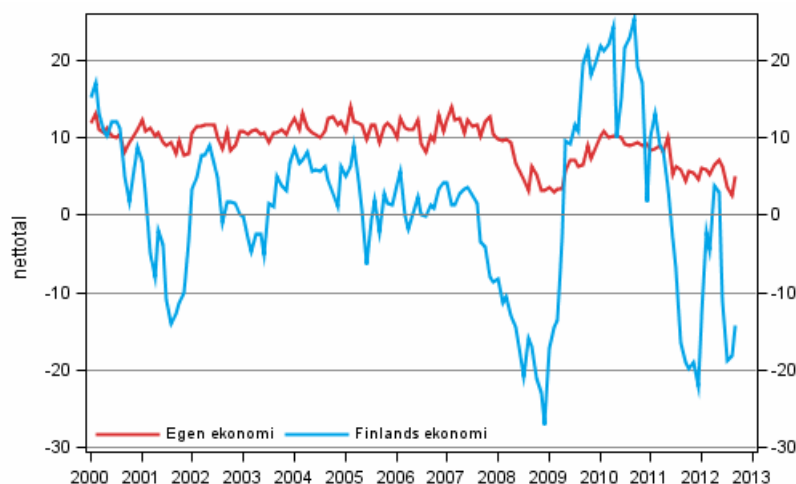
I september var konsumenternas uppskattningar om hur fördelaktigt det är att köpa kapitalvaror klart dystrare än i augusti. Däremot ansåg man att tidpunkten var lämplig för att spara och ta lån. I september uppskattade de sysselsatta att risken för arbetslöshet var nästan oförändrad jämfört med augusti.

Egen och Finlands ekonomi

I september trodde omkring en femtedel (19 %) av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 42 procent att landets ekonomi försämras. I september för ett år sedan var motsvarande andelar 16 och 48 procent.

I september litade något under en fjärdedel (23 %) av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras inom ett år och 14 procent befarade att den blir sämre. För ett år sedan var motsvarande andelar likartade, 23 och 16 procent av konsumenterna.

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



Arbetslöshet och inflation

Nästan tre femtedelar (58 %) av konsumenterna uppskattade att arbetslösheten ökar i Finland och 12 procent förväntade sig att den minskar under det följande året. För ett år sedan i september var motsvarande andelar ungefär desamma, dvs. 58 och 14 procent.

I september antog något under en femtedel (17 %) av de sysselsatta att risken för arbetslöshet ökat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 11 procent åter antog att risken hade minskat. Hälften av de sysselsatta antog att risken för arbetslöshet var oförändrad och 22 procent upplevde att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I september uppskattade konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 3,3 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

Sparande och låntagning

Klart över hälften (57 %) av konsumenterna ansåg att tidpunkten att spara är god. Motsvarande andel för ett år sedan var 65 procent. Två av tre hushåll hade sparat i september och fyra av fem trodde sig kunna spara under det följande året.

Av hushållen bedömde 62 procent att det är fördelaktigt att ta lån. För ett år sedan var motsvarande andel nästan hälften av hushållen (47 %). I september planerade 13 procent av hushållen att ta lån inom ett år.

Köp av kapitalvaror

Något under två femtedelar (38 %) av konsumenterna ansåg i september att tidpunkten var god för att köpa kapitalvaror. Omkring en tredjedel (34 %) ansåg att tidpunkten var ofördelaktig för konsumtion. I augusti var motsvarande andelar fortfarande 42 och 30 procent. Trots de återhållsamma konsumtionsplanerna hade 14 procent av hushållen för avsikt att ganska eller mycket säkert köpa bil och 7 procent bostad inom ett år.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	09/2011	08/2012	09/2012	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,7	22,9	-6,5	2,3	0,5	3,4	--
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,8	14,1	2,3	4,5	2,6	5,1	--
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,1	25,3	-27,1	-19,0	-18,1	-14,2	--
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	3,2	3,4	3,3	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-0,1	27,6	-51,1	-25,3	-28,2	-25,2	--
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,8	7,6	-18,8	-0,2	-2,7	-2,4	-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	20,1	41,8	-14,2	4,2	11,4	3,7	--
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,7	36,8	-19,6	19,2	13,2	9,8	+/-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,5	42,0	-47,1	-2,2	18,0	16,7	+/-
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	38,2	52,2	10,9	48,9	45,7	47,9	+

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 september var bortfallet av svar 37,5 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.....	6
---	---

Tabeller

Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter.....	7
--	---

Figurer

Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator	9
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna.....	9
Figurbilaga 3. Egen ekonomi.....	9
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi	10
Figurbilaga 5. Inflationen.....	10
Figurbilaga 6. Arbetslösheten.....	10
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att.....	11
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation.....	11
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader.....	11
Figurbilaga 10. Köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt.....	12
Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader.....	12

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

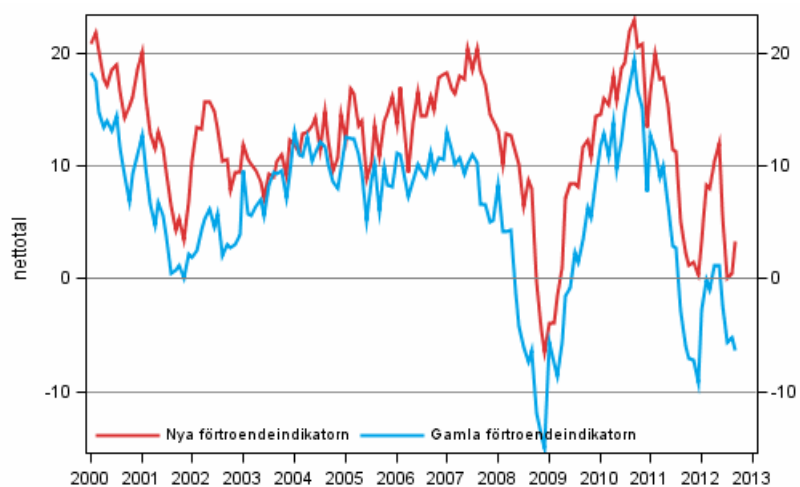
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	09/2011	08/2012	09/2012	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,7	22,9	-6,5	2,3	0,5	3,4	--
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	7,8	19,4	-15,0	-6,0	-5,2	-6,3	--
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	24,9	33,4	9,5	29,1	26,9	28,1	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	2,0	22,8	-39,1	-22,1	-23,2	-19,7	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,6	9,8	-4,0	2,9	3,4	1,6	--
- Bättre (%)	24,1	30,6	16,7	21,7	21,2	21,4	
- Sämre (%)	15,8	22,7	11,4	16,6	16,6	18,9	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,8	14,1	2,3	4,5	2,6	5,1	--
- Bättre (%)	26,0	33,4	18,2	22,9	19,8	22,9	
- Sämre (%)	10,7	17,2	6,6	15,7	16,8	14,2	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	1,4	29,5	-60,9	-22,5	-25,2	-27,9	--
- Bättre (%)	29,1	62,1	2,0	13,5	7,9	7,2	
- Sämre (%)	24,0	88,5	4,2	51,5	53,0	55,5	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,1	25,3	-27,1	-19,0	-18,1	-14,2	--
- Bättre (%)	31,1	57,3	11,6	15,9	15,0	19,2	
- Sämre (%)	21,8	57,3	6,0	47,9	46,3	42,4	
B5 Inflationen nu (procent)	2,3	5,8	-2,0	3,6	3,5	3,5	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	3,2	3,4	3,3	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-0,1	27,6	-51,1	-25,3	-28,2	-25,2	--
- Mindre (%)	33,0	60,8	6,4	13,6	9,8	11,5	
- Mera (%)	31,0	83,3	6,9	58,4	60,1	57,7	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,8	7,6	-18,8	-0,2	-2,7	-2,4	-
- Minskat (%)	13,7	20,0	5,3	11,3	10,2	11,0	
- Ökat (%)	15,1	31,9	7,9	15,0	16,6	17,2	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	20,1	41,8	-14,2	4,2	11,4	3,7	--
- Fördelaktig tidpunkt (%)	45,2	62,4	29,6	38,3	41,8	37,7	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	25,2	45,7	17,7	34,1	30,4	34,0	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,7	36,8	-19,6	19,2	13,2	9,8	+/-
- Bra tid (%)	58,9	80,7	33,4	64,5	59,7	57,2	
- Dålig tid (%)	35,2	58,5	15,5	31,0	35,6	38,7	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,5	42,0	-47,1	-2,2	18,0	16,7	+/-
- Bra tid (%)	62,2	78,2	13,3	46,9	62,0	61,8	
- Dålig tid (%)	30,4	83,4	12,1	47,7	32,7	33,0	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	27,7	35,1	14,7	33,9	32,5	31,4	+
- Kan spara (%)	58,5	70,0	38,6	68,9	65,8	65,5	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	6,3	6,1	7,1	

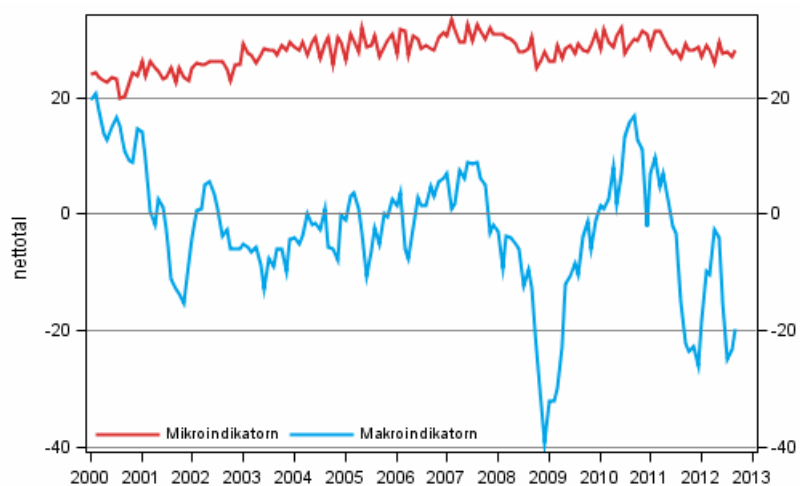
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	09/2011	08/2012	09/2012	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	38,2	52,2	10,9	48,9	45,7	47,9	+
- Kan spara (%)	73,1	82,3	56,6	80,6	78,4	79,5	
- Kan inte spara (%)	24,9	40,3	16,5	19,1	20,5	19,5	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,4	17,8	9,1	12,3	12,8	13,1	+/-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,4	6,1	5,5	
- Eventuellt (%)	7,8	11,4	5,2	6,9	6,7	7,7	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,0	-2,4	-18,2	-11,1	-13,6	-11,6	--
- Mera (%)	22,5	30,8	14,3	18,0	16,8	17,8	
- Mindre (%)	32,5	40,4	26,5	33,8	34,5	33,3	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,3	21,7	13,6	16,4	13,6	13,9	--
- Mycket sannolikt (%)	8,9	12,1	5,9	8,8	7,0	5,9	
- Ganska sannolikt (%)	8,4	10,4	6,2	7,6	6,6	8,0	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	7,4	7,5	6,8	+/-
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	3,5	4,1	3,4	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,0	3,4	3,3	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,7	27,0	9,8	21,5	20,1	20,1	+
- Mycket sannolikt (%)	12,3	19,0	5,0	14,8	13,8	13,5	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,7	6,3	6,5	

Figurbilagor

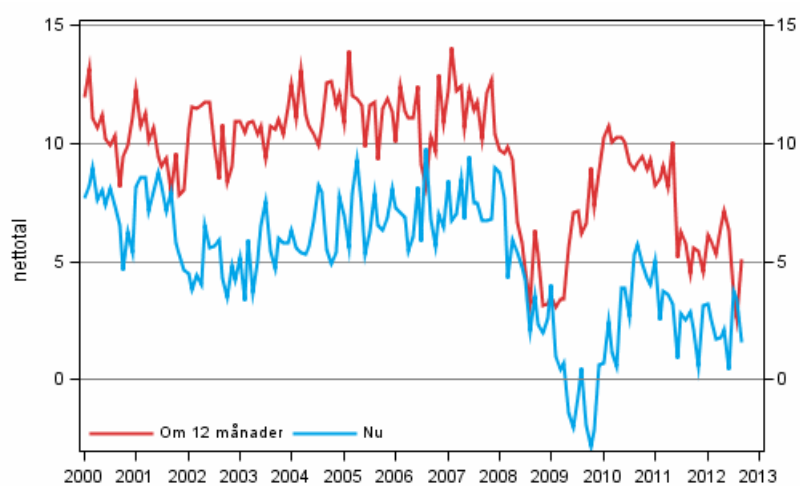
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



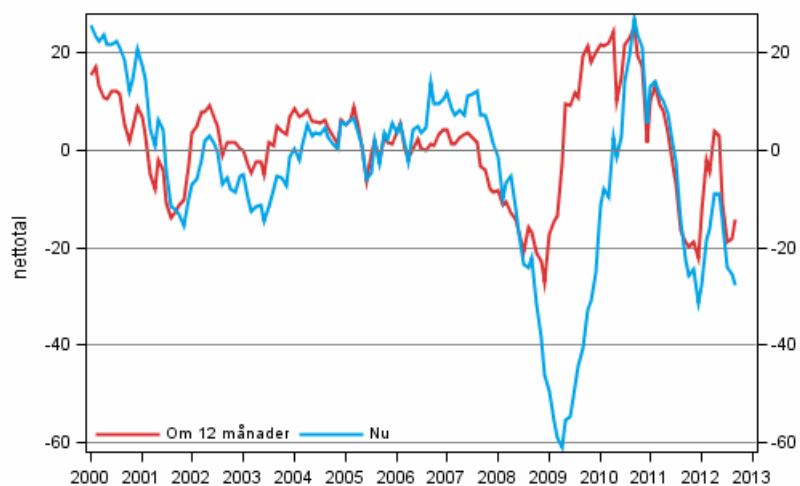
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna



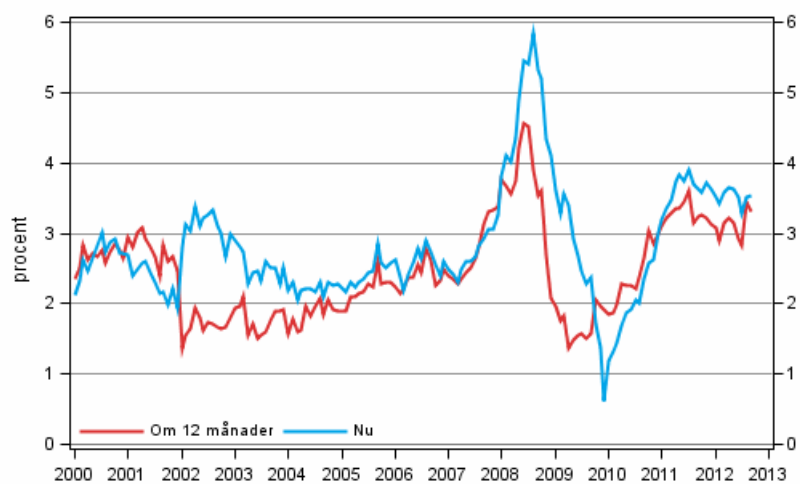
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



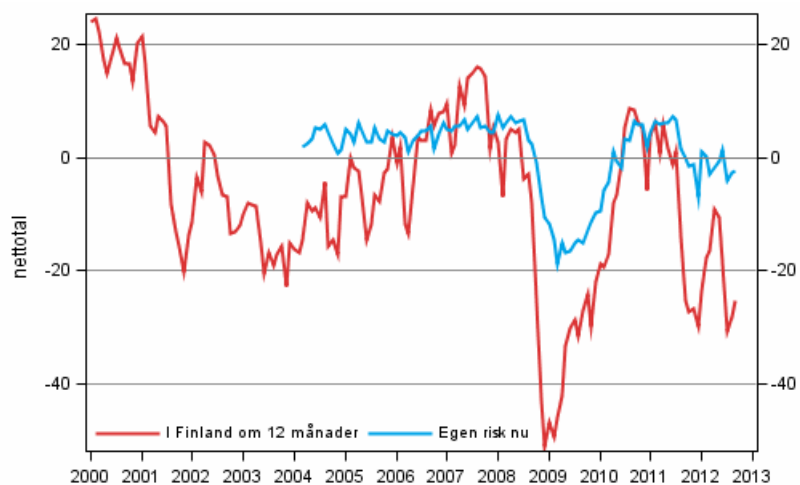
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



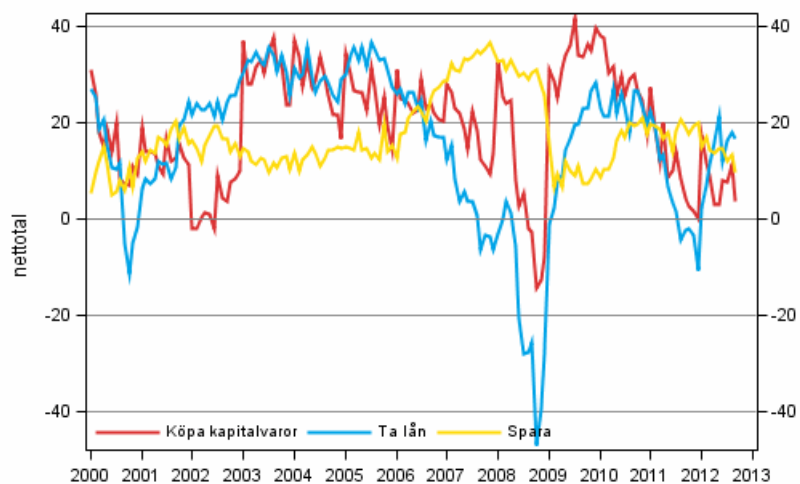
Figurbilaga 5. Inflationen



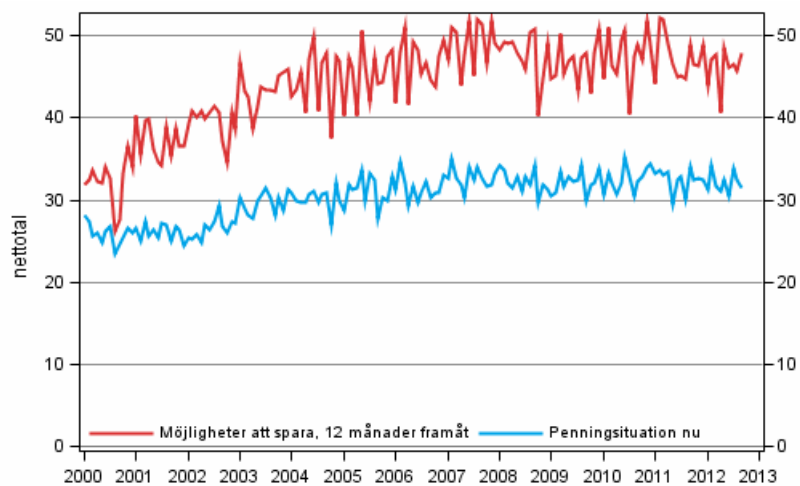
Figurbilaga 6. Arbetslösheten



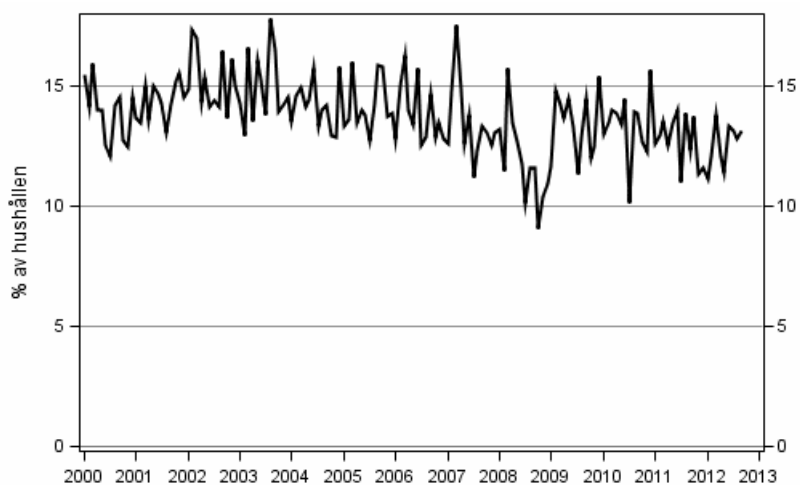
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



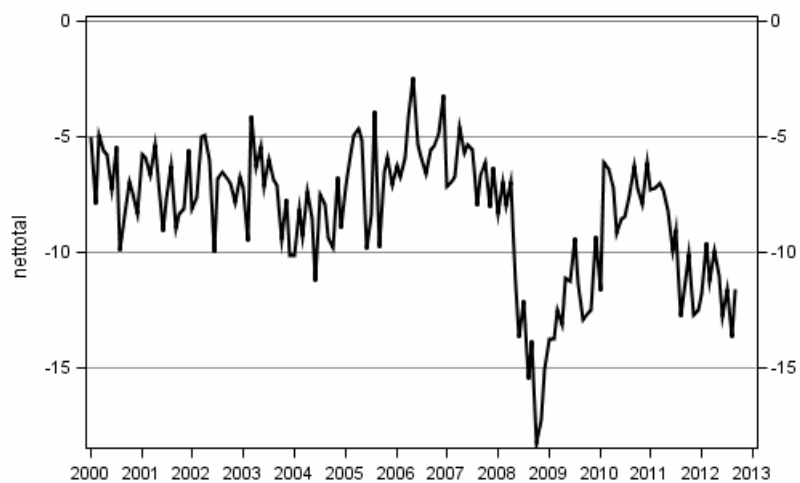
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation



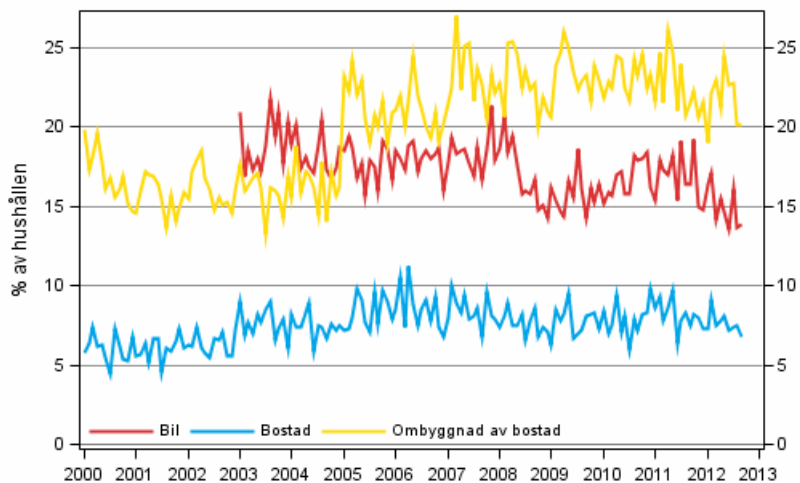
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



Figurbilaga 10. Köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt



Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader



Förfrågningar

Tara Junes 09 1734 3503

Ansvarig statistikdirektör:

Riitta Harala

kuluttaja.barometri@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2012, september. Statistikcentralen