

# Konsumentbarometern

2012, oktober

## Konsumenternas förtroende föll till minus i oktober

Konsumenternas förtroendeindikator var i oktober -1,6, då den i september var 3,4 och i augusti 0,5. Förtroendet för ekonomin var samtidigt svagare än för ett år sedan (1,3) och klart svagare än långtidsmedelvärdet (12,7). Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades 1–19 oktober 1 442 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



\* medeltal 10/1995 - 10/2012

Konsumenternas förväntningar på den egna ekonomin och Finlands ekonomi, arbetslösheten och hushållets möjligheter att spara försvagades i oktober jämfört med september. Synen särskilt på den allmänna ekonomin, dvs. arbetslöshetsutvecklingen och ekonomin i Finland, var dyster. Också konsumenternas uppskattningar om utvecklingen av den egna ekonomin var i oktober klart försiktigare än långtidsmedelvärdet.

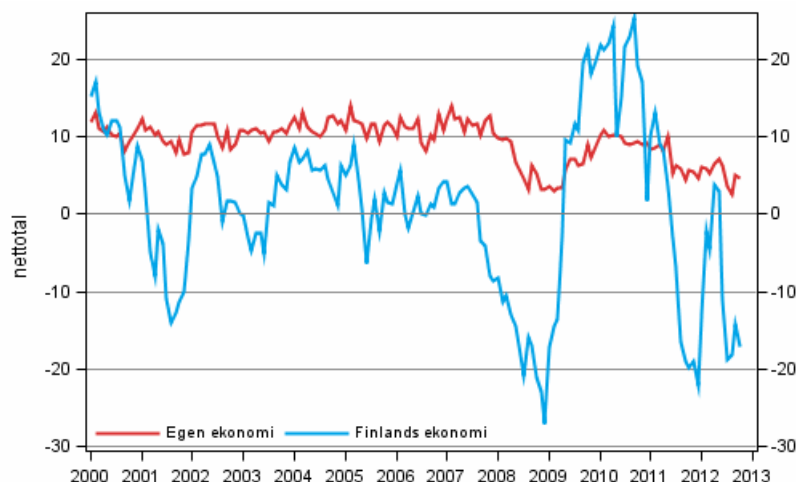
I oktober uppskattade sysselsatta konsumenter att också risken för arbetslöshet ökat något. Dessutom ansåg konsumenterna i oktober att tidpunkten var fördelaktigare för att spara eller ta lån än för att köpa kapitalvaror.

### Egen och Finlands ekonomi

I oktober trodde bara 16 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 44 procent att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i september 19 och 42 procent och i oktober i fjol 15 och 48 procent.

I oktober litade en dryg femtedel (22 %) av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras inom ett år och 16 procent beförde att den blir sämre. Både för en månad sedan och för ett år sedan var motsvarande andelar 23 och 14 procent av konsumenterna.

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



### Arbetslöshet och inflation

I oktober litade 8 procent av konsumenterna på att arbetslösheten i Finland minskar under det följande året och 71 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i september 12 och 58 procent och för ett år sedan 12 och 61 procent.

I oktober bedömde 10 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del och omkring en femtedel (19 %) bedömde att risken ökat. Hälften av de sysselsatta (50 %) antog att risken för arbetslöshet var oförändrad och 21 procent upplevde att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

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

### Sparande och låntagning

I oktober ansåg över hälften (58 %) av konsumenterna att tidpunkten att spara är god. Två av tre hushåll (66 %) hade sparat och tre av fyra (77 %) trodde sig kunna spara under det följande året. Mest sparar konsumenterna för sämre tider. De populäraste placeringsobjekten är tidsbundna konton och placeringskonton och de vanligaste placeringsobjekten efter dem är placeringsfonder och försäkringar.

Av hushållen bedömde 60 procent i oktober att det är fördelaktigt att ta lån. För ett år sedan var motsvarande andel under hälften (47 %) av hushållen. I oktober planerade 13 procent av hushållen att ta lån inom ett år.

### Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna ansåg 39 procent i oktober att tidpunkten var god för att köpa kapitalvaror. Var tredje (33 %) tyckte att det var en dålig idé att konsumera. Trots de återhållsamma konsumtionsplanerna hade 15 procent av hushållen för avsikt att ganska eller mycket säkert köpa bil och 8 procent bostad inom ett år. I oktober planerade 18 procent av hushållen att renovera bostaden.

### Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	10/2011	09/2012	10/2012	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,7	22,9	-6,5	1,3	3,4	-1,6	--
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,8	14,1	2,3	5,6	5,1	4,6	--
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,0	25,3	-27,1	-19,7	-14,2	-17,0	--
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	3,3	3,3	3,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-0,3	27,6	-51,1	-27,4	-25,2	-36,4	--
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,7	7,6	-18,8	-1,7	-2,4	-4,4	-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	20,0	41,8	-14,2	2,8	3,7	6,1	--
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,7	36,8	-19,6	17,9	9,8	11,3	+/-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,5	42,0	-47,1	-1,8	16,7	16,0	+/-
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	38,2	52,2	10,9	46,5	47,9	42,6	+

**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 deras 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 oktober var bortfallet av svar 38,6 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](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 konsumentbarometerens 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.

Konsumentbarometerens 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.

Konsumentbarometerens intervjuer görs från Statistikcentralens telefonintervjucentral, dvs. CATI-centralen under de två–tre första veckorna varje månad. Undersökningsområdet omfattar hela landet, och konsumentbarometerens 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

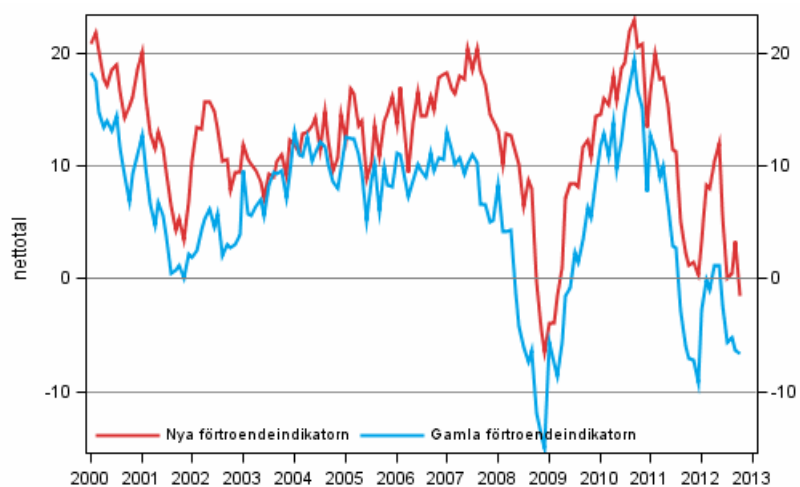
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	10/2011	09/2012	10/2012	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,7	22,9	-6,5	1,3	3,4	-1,6	--
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	7,7	19,4	-15,0	-7,0	-6,3	-6,7	--
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	24,9	33,4	9,5	28,2	28,1	26,5	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	1,8	22,8	-39,1	-23,5	-19,7	-26,7	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,6	9,8	-4,0	2,1	1,6	2,3	-
- Bättre (%)	24,1	30,6	16,7	21,8	21,4	21,1	
- Sämre (%)	15,8	22,7	11,4	18,0	18,9	17,9	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,8	14,1	2,3	5,6	5,1	4,6	--
- Bättre (%)	26,0	33,4	18,2	22,6	22,9	22,2	
- Sämre (%)	10,7	17,2	6,6	13,9	14,2	15,7	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	1,3	29,5	-60,9	-25,7	-27,9	-29,2	--
- Bättre (%)	29,0	62,1	2,0	11,2	7,2	7,0	
- Sämre (%)	24,2	88,5	4,2	55,7	55,5	57,9	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,0	25,3	-27,1	-19,7	-14,2	-17,0	--
- Bättre (%)	31,0	57,3	11,6	15,0	19,2	16,1	
- Sämre (%)	22,0	57,3	6,0	47,5	42,4	44,2	
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	3,3	3,3	3,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-0,3	27,6	-51,1	-27,4	-25,2	-36,4	--
- Mindre (%)	32,9	60,8	6,4	11,8	11,5	8,4	
- Mera (%)	31,1	83,3	6,9	61,1	57,7	70,5	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,7	7,6	-18,8	-1,7	-2,4	-4,4	-
- Minskat (%)	13,7	20,0	5,3	10,9	11,0	9,6	
- Ökat (%)	15,2	31,9	7,9	15,9	17,2	18,7	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	20,0	41,8	-14,2	2,8	3,7	6,1	--
- Fördelaktig tidpunkt (%)	45,2	62,4	29,6	38,4	37,7	38,8	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	25,2	45,7	17,7	35,6	34,0	32,7	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,7	36,8	-19,6	17,9	9,8	11,3	+/-
- Bra tid (%)	58,9	80,7	33,4	63,2	57,2	57,9	
- Dålig tid (%)	35,2	58,5	15,5	32,9	38,7	37,6	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,5	42,0	-47,1	-1,8	16,7	16,0	+/-
- Bra tid (%)	62,2	78,2	13,3	47,0	61,8	60,1	
- Dålig tid (%)	30,4	83,4	12,1	47,4	33,0	33,9	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	27,8	35,1	14,7	32,4	31,4	32,4	+
- Kan spara (%)	58,5	70,0	38,6	67,4	65,5	65,7	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	7,4	7,1	5,2	

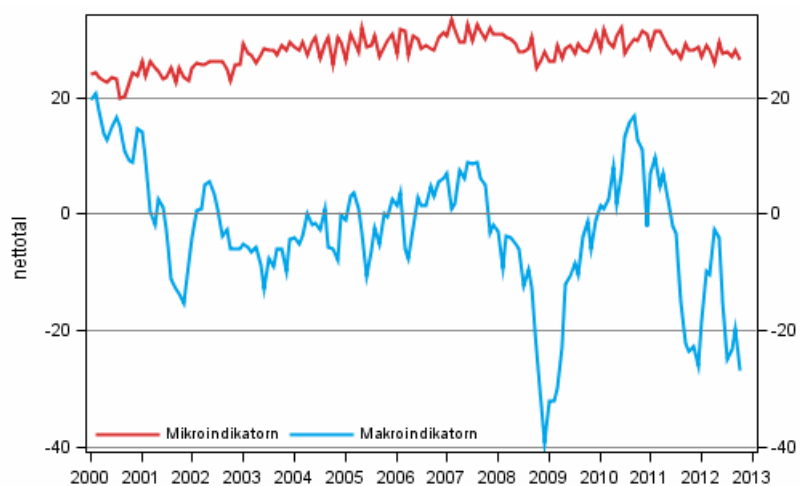
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	10/2011	09/2012	10/2012	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	38,2	52,2	10,9	46,5	47,9	42,6	+
- Kan spara (%)	73,2	82,3	56,6	79,2	79,5	76,5	
- Kan inte spara (%)	24,9	40,3	16,5	19,9	19,5	22,8	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,4	17,8	9,1	13,7	13,1	12,7	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	6,1	5,5	5,9	
- Eventuellt (%)	7,8	11,4	5,2	7,6	7,7	6,8	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,1	-2,4	-18,2	-10,1	-11,6	-11,6	--
- Mera (%)	22,5	30,8	14,3	18,8	17,8	16,6	
- Mindre (%)	32,5	40,4	26,5	33,2	33,3	33,6	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,3	21,7	13,6	19,2	13,9	15,0	--
- Mycket sannolikt (%)	8,9	12,1	5,9	10,0	5,9	7,7	
- Ganska sannolikt (%)	8,4	10,4	6,2	9,2	8,0	7,2	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	8,2	6,8	7,6	+
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	3,8	3,4	3,3	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,4	3,3	4,3	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,7	27,0	9,8	22,3	20,1	18,4	+/-
- Mycket sannolikt (%)	12,3	19,0	5,0	15,9	13,5	12,1	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,3	6,5	6,3	

# Figurbilagor

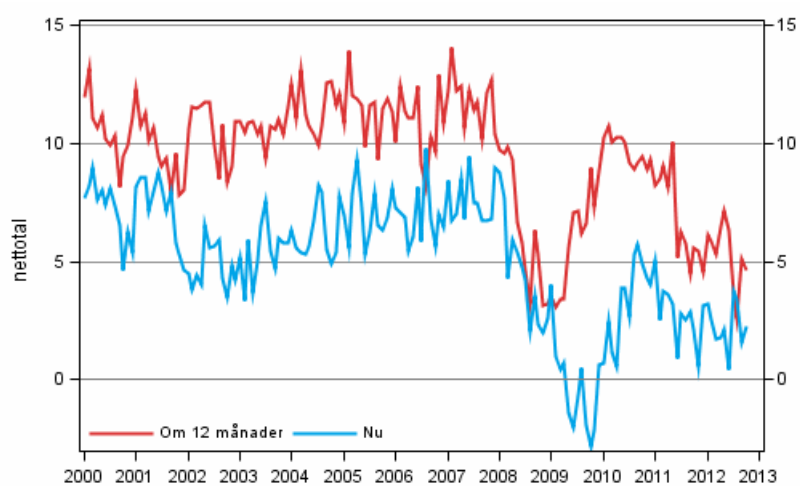
## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna

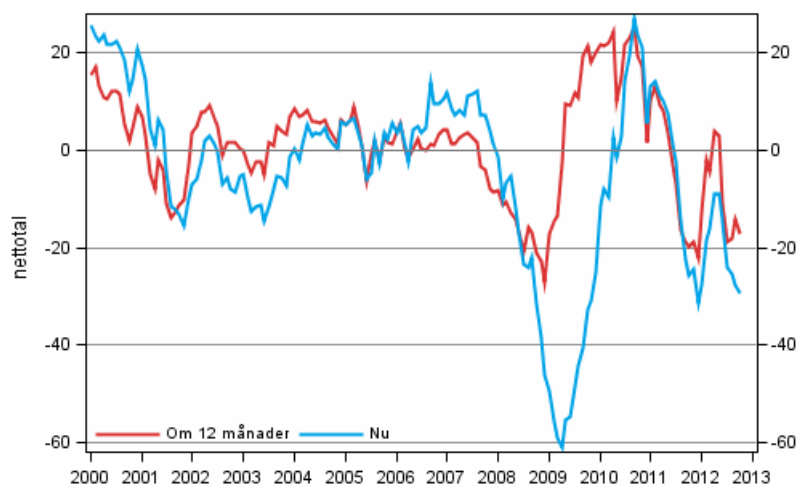


## Figurbilaga 3. Egen ekonomi

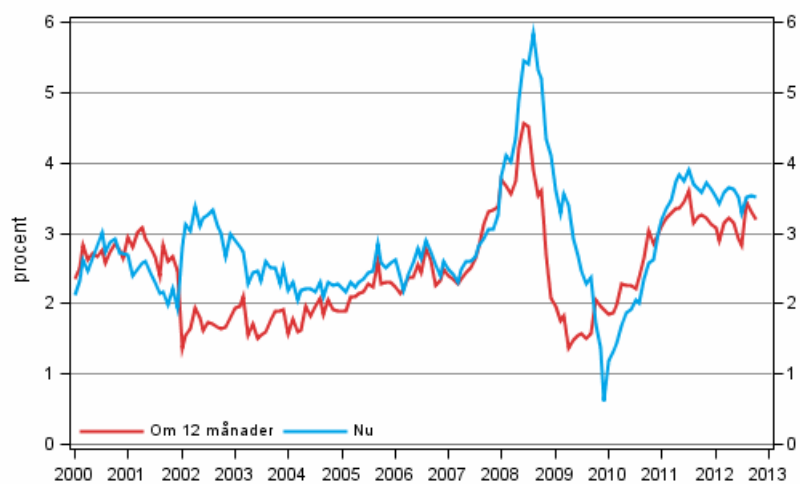




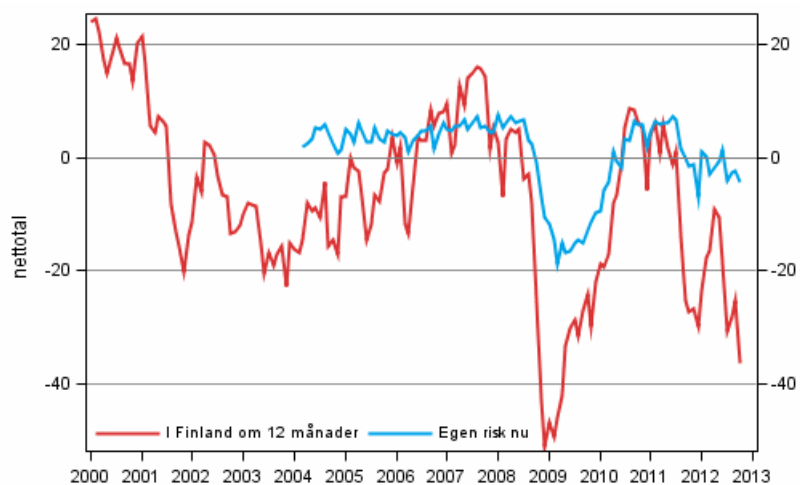
**Figurbilaga 4. Finlands ekonomi**



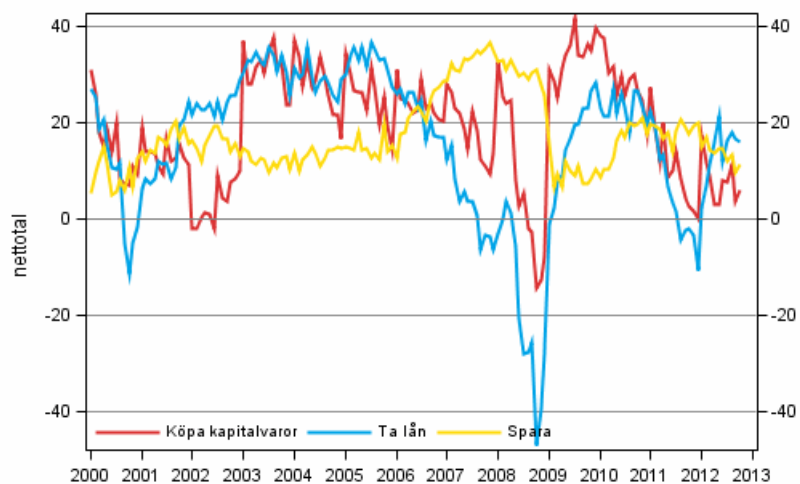
**Figurbilaga 5. Inflationen**



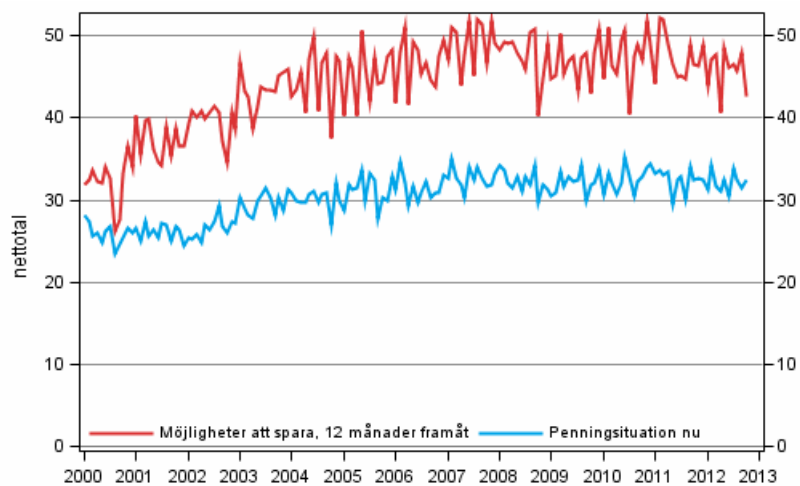
**Figurbilaga 6. Arbetslösheten**



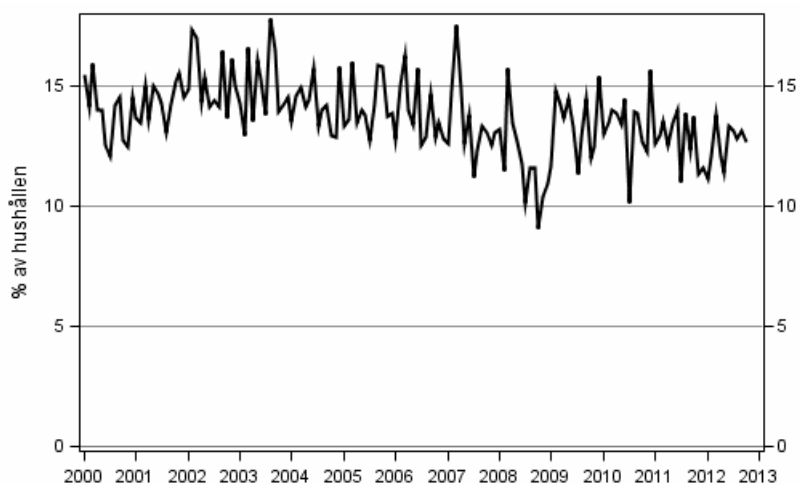
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



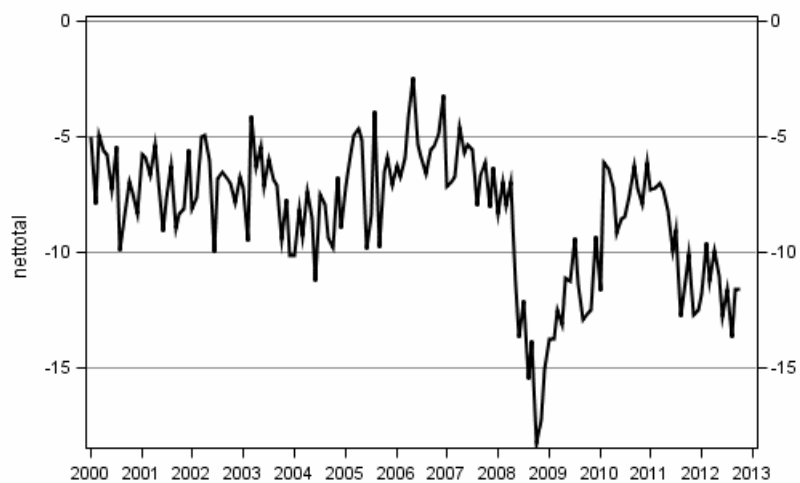
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation**



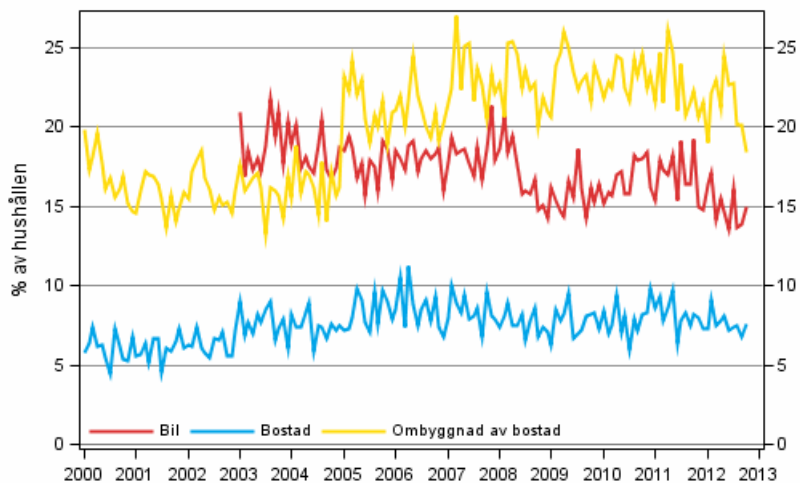
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



**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](mailto:kuluttaja.barometri@stat.fi)

[www.stat.fi](http://www.stat.fi)

Källa: Konsumentbarometern 2012, oktober. Statistikcentralen