

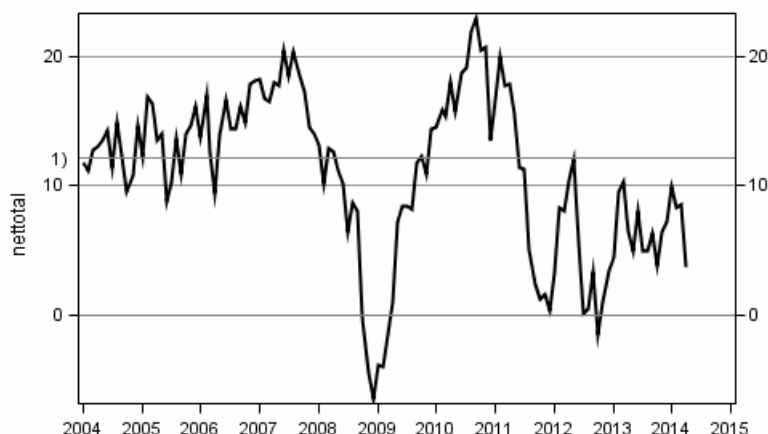
# Konsumentbarometern

2014, april

## Konsumenternas förtroende försvagades i april

Konsumenternas förtroendeindikator var i april 3,7 medan den i mars var 8,5 och i februari 8,3. I april i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 6,4. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,1. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–16 april 1 311 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 04/2014

Alla de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator försvagades något i april jämfört med föregående månad och med april året innan. Förväntningarna på utvecklingen av den egna ekonomin och Finlands ekonomi var svaga och bedömningarna av arbetslösheten dystra. Synen på de egna möjligheterna att spara sjönk till samma nivå som långtidsmedelvärdet.

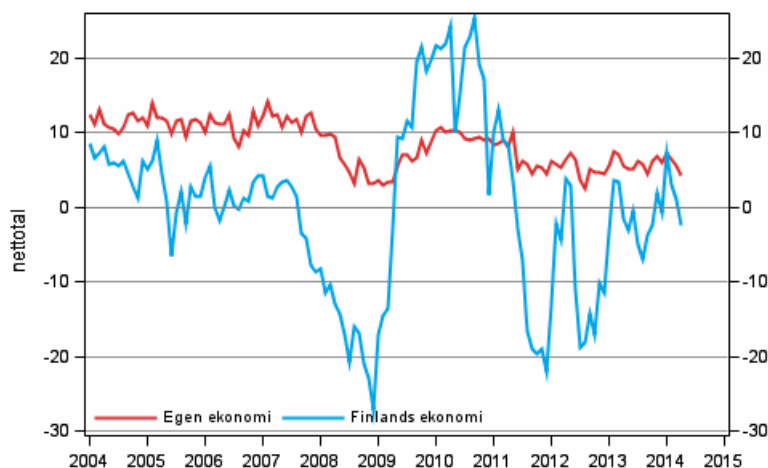
Konsumenterna ansåg i april att tidpunkten fortfarande var mer gynnsam för att ta lån än för att spara eller minst av allt för att köpa kapitalvaror. I april oroade sig sysselsatta konsumenter i någon mån också för att själva råka ut för arbetslöshet.

## Egen och Finlands ekonomi

I april trodde 28 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Något fler, dvs. 30 procent av konsumenterna, bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. I mars var motsvarande andelar 31 och 26 procent.

I april litade 22 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 15 procent befarade att den blir sämre inom ett år.

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



## Arbetslöshet och inflation

I april uppskattade 58 procent av konsumenterna att arbetslösheten ökar under det följande året och 12 procent trodde att arbetslösheten minskar. Motsvarande andelar var i mars 51 och 14 procent och för ett år sedan 51 och 17 procent.

Av de sysselsatta antog 22 procent i april att risken för arbetslöshet ökat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 9 procent bedömde att risken minskat. Av de sysselsatta uppskattade 48 procent att risken för arbetslöshet var oförändrad och 21 procent upplevde att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I april bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,4 procent under de följande 12 månaderna. I april i fjol var motsvarande bedömning 3,2 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,3 procent.

## Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 37 procent i april att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Av hushållen avsåg färre än vanligt, dvs. 14 procent, att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och bara 6 procent bostad. Tjugoen procent av hushållen planerade att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

## Sparande och låntagning

I april ansåg 52 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 61 procent sparat och 73 procent trodde att de kan spara under det följande året. Så sent som för en månad sedan var motsvarande andelar 66 och 80 procent. Konsumenterna sparar främst för sämre tider, för

återbetalning av lån eller för semestern. De vanligaste placeringsobjekten, efter de populära tidsbundna kontona och placeringskontona, är placeringsfonder och försäkringar.

I april ansåg 56 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Av hushållen planerade färre än i genomsnitt, dvs. 10 procent, att ta lån inom ett år.

### Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2013	03/2014	04/2014	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,1	22,9	-6,5	6,4	8,5	3,7	--
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,5	14,1	2,3	5,6	5,5	4,2	--
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	3,5	25,3	-27,1	-1,6	1,0	-2,5	-
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,3	4,6	0,6	3,2	2,7	2,4	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	-2,2	27,6	-51,1	-19,1	-20,5	-25,5	--
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	-0,4	7,6	-18,8	-2,5	-5,9	-9,3	--
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	18,6	41,8	-14,2	0,4	2,7	1,9	--
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	11,3	36,8	-19,6	5,9	6,6	3,7	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	17,0	42,0	-47,1	14,8	12,6	10,6	-
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	38,7	52,2	10,9	40,9	48,2	38,7	=

**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 netttotal. 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 april var bortfallet av svar 44,2 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. Främst har detta berott på att nettotalet för en delfaktor, dvs. hushållets möjligheter att spara, sjunkit. Utvidgningen av populationen har dessutom inverkat något på resultaten om hemelektronik i hushållen.

## **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.....	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

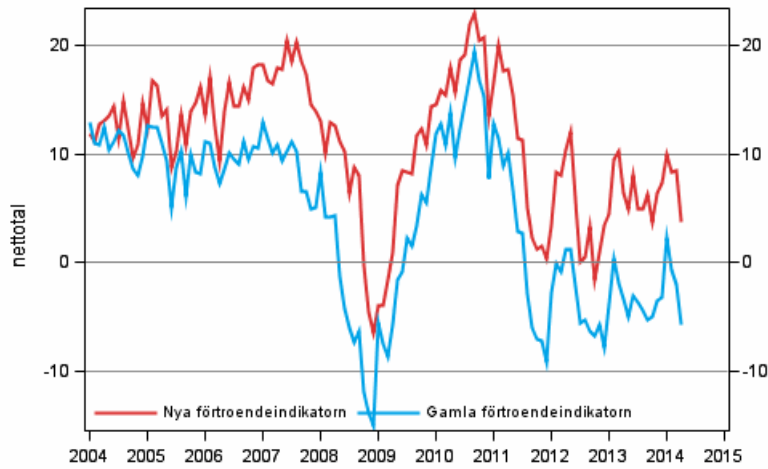
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2013	03/2014	04/2014	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,1	22,9	-6,5	6,4	8,5	3,7	--
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,8	19,4	-15,0	-3,4	-2,0	-5,7	--
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,1	33,4	9,5	25,9	28,6	24,0	=
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	0,6	22,8	-39,1	-10,4	-9,8	-14,0	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,3	9,8	-4,0	-1,0	1,0	-2,6	--
- Bättre (%)	23,7	30,6	16,6	19,1	18,4	16,6	
- Sämre (%)	16,1	22,7	11,4	21,2	16,1	21,8	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,5	14,1	2,3	5,6	5,5	4,2	--
- Bättre (%)	25,8	33,4	18,2	23,7	22,8	21,5	
- Sämre (%)	11,0	17,2	6,6	14,3	13,0	15,0	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-0,8	29,5	-60,9	-20,1	-20,4	-29,4	--
- Bättre (%)	27,6	62,1	2,0	11,5	11,2	7,6	
- Sämre (%)	26,4	88,5	4,2	44,9	45,0	56,8	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,5	25,3	-27,1	-1,6	1,0	-2,5	-
- Bättre (%)	30,9	57,3	11,6	29,2	31,3	28,4	
- Sämre (%)	22,6	57,3	6,0	29,8	26,4	29,7	
B5 Inflationen nu (procent)	2,4	5,8	-2,0	3,9	3,1	3,0	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,3	4,6	0,6	3,2	2,7	2,4	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-2,2	27,6	-51,1	-19,1	-20,5	-25,5	--
- Mindre (%)	31,4	60,8	6,4	17,1	13,8	12,3	
- Mera (%)	33,1	83,3	6,9	50,9	50,7	57,6	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,4	7,6	-18,8	-2,5	-5,9	-9,3	--
- Minskat (%)	13,2	20,0	5,3	10,9	10,3	8,5	
- Ökat (%)	16,2	31,9	7,9	17,6	20,6	22,2	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,6	41,8	-14,2	0,4	2,7	1,9	--
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,5	62,4	29,6	34,1	36,6	37,1	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	25,9	45,7	17,7	33,7	33,9	35,2	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,3	36,8	-19,6	5,9	6,6	3,7	-
- Bra tid (%)	58,5	80,7	33,4	53,4	54,7	51,9	
- Dålig tid (%)	35,7	58,5	15,5	41,7	41,3	42,7	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,0	42,0	-47,1	14,8	12,6	10,6	-
- Bra tid (%)	61,8	78,2	13,3	59,4	57,6	55,6	
- Dålig tid (%)	30,9	83,4	12,1	34,2	36,0	37,1	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,1	35,1	14,7	31,2	32,3	29,2	=
- Kan spara (%)	59,0	70,0	38,6	63,9	66,0	60,7	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	7,2	6,9	7,0	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2013	03/2014	04/2014	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	38,7	52,2	10,9	40,9	48,2	38,7	=
- Kan spara (%)	73,5	82,3	56,6	75,7	79,9	72,8	
- Kan inte spara (%)	24,6	40,3	16,5	23,7	18,8	25,2	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,3	17,8	9,1	12,5	11,5	10,0	--
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,5	5,1	4,3	
- Eventuellt (%)	7,7	11,4	5,2	6,9	6,4	5,7	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal)	-8,4	-2,4	-18,2	-11,5	-12,7	-14,1	--
- Mera (%)	22,0	30,8	14,3	17,7	15,9	15,6	
- Mindre (%)	32,6	40,4	26,5	32,4	34,2	35,9	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,0	21,7	12,7	15,6	13,3	13,9	--
- Mycket sannolikt (%)	8,7	12,1	5,9	7,4	7,2	7,8	
- Ganska sannolikt (%)	8,3	10,4	5,3	8,3	6,1	6,2	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	8,3	5,6	5,8	-
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	3,2	2,2	2,5	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	5,2	3,4	3,3	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	20,1	21,3	20,7	+
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	13,8	14,0	12,9	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,3	7,3	7,9	

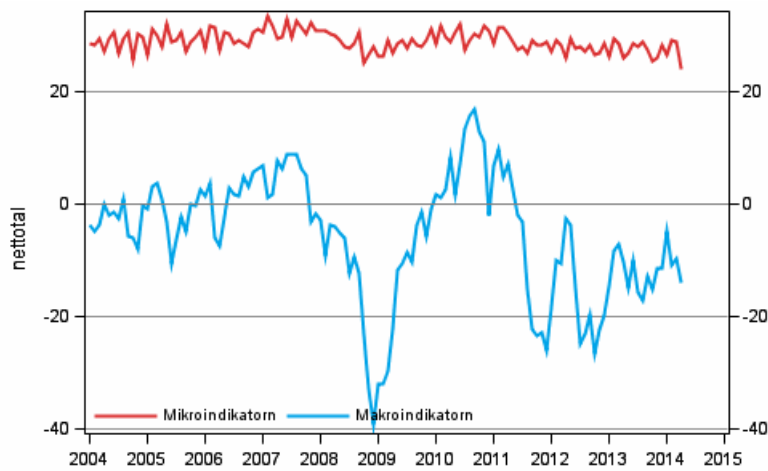


# Figurbilagor

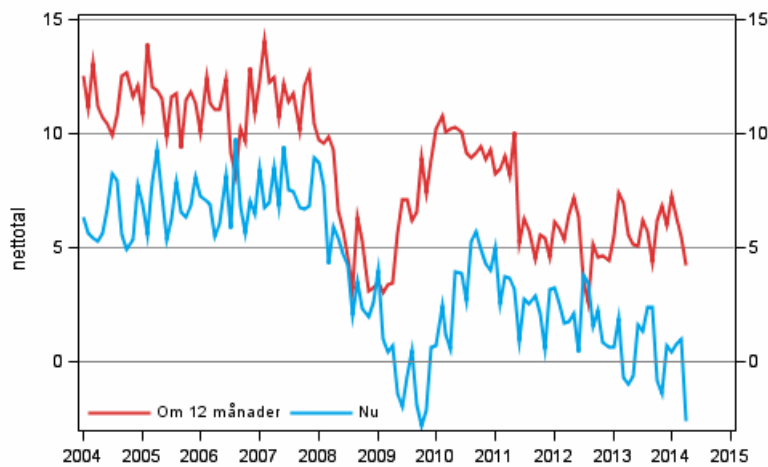
## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



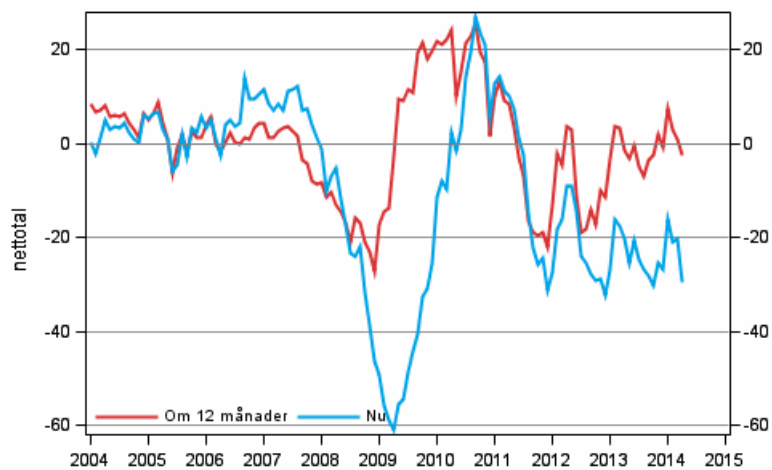
## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna



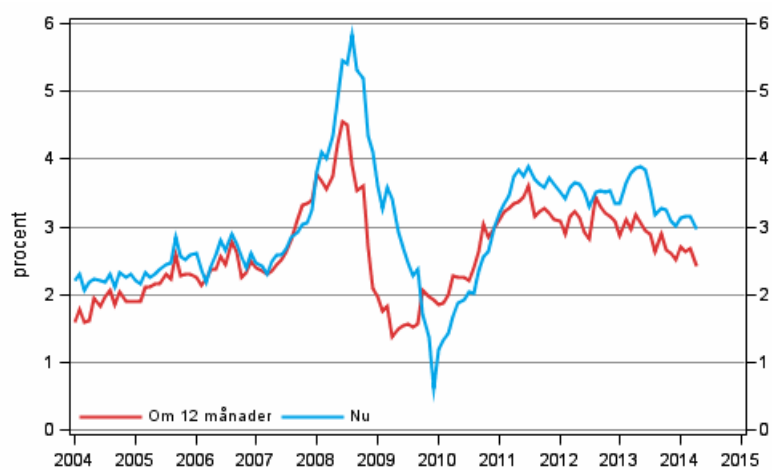
## Figurbilaga 3. Egen ekonomi



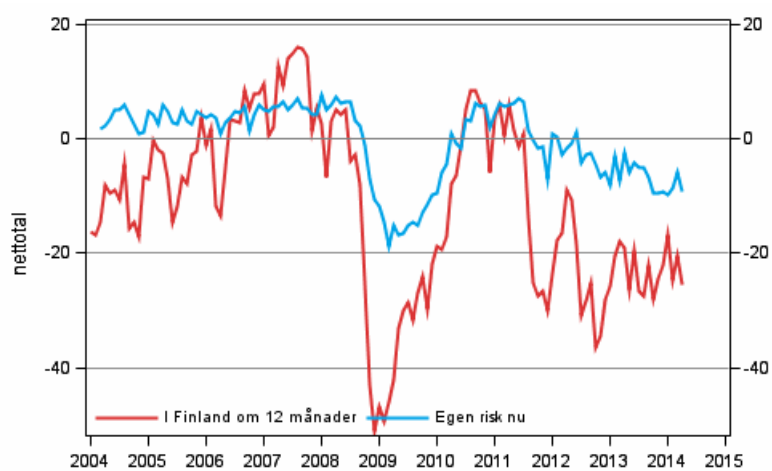
**Figurbilaga 4. Finlands ekonomi**



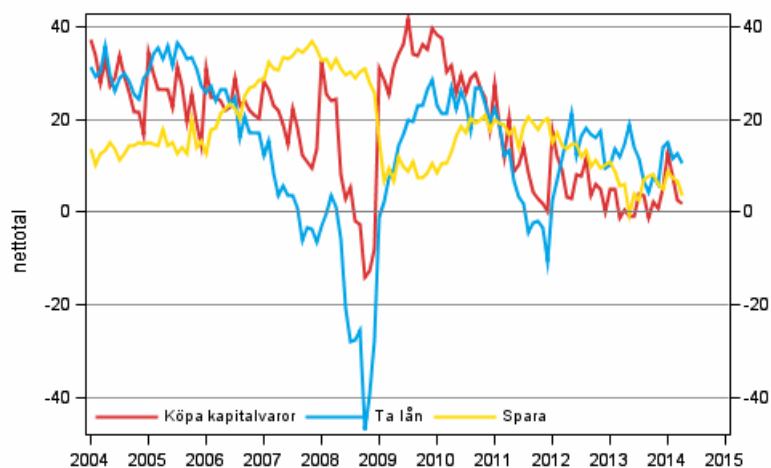
**Figurbilaga 5. Inflationen**



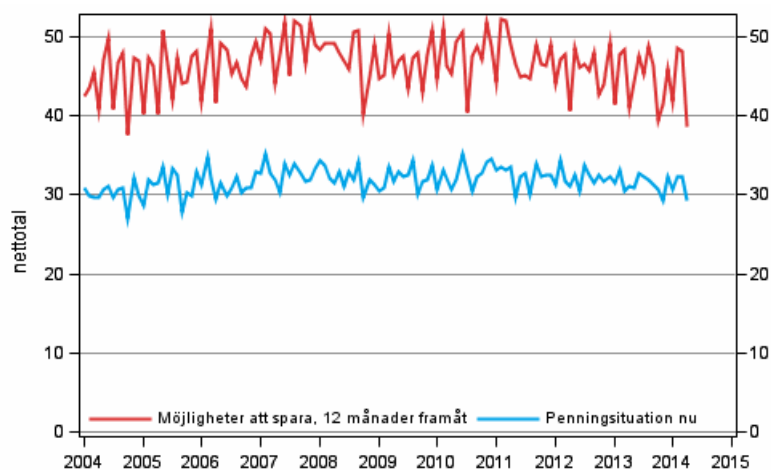
**Figurbilaga 6. Arbetslösheten**



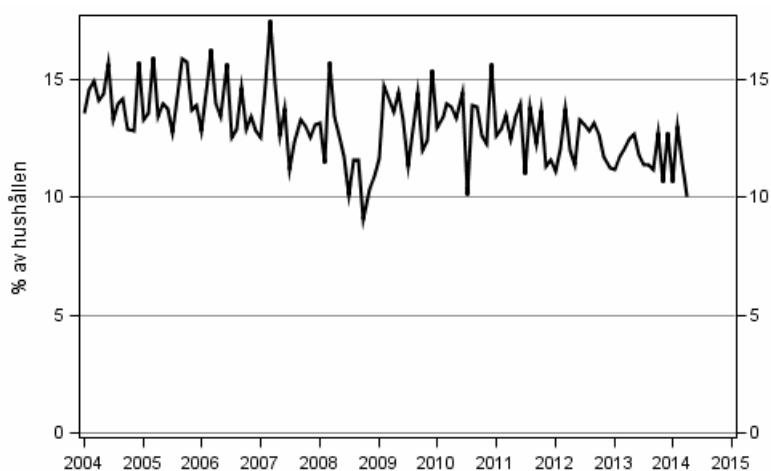
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



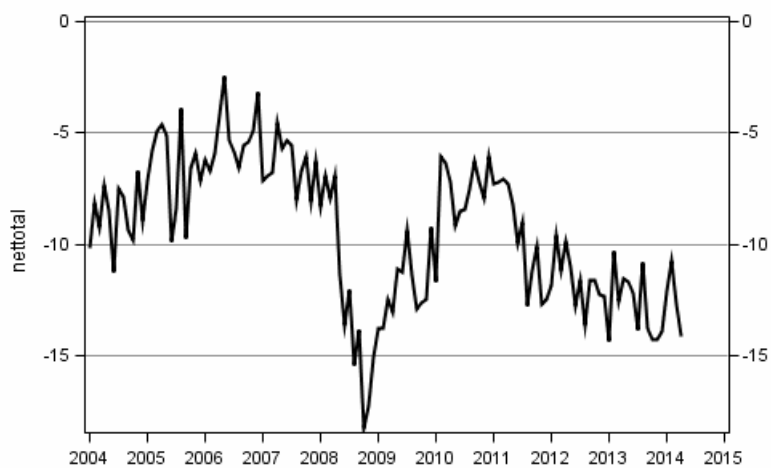
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation**



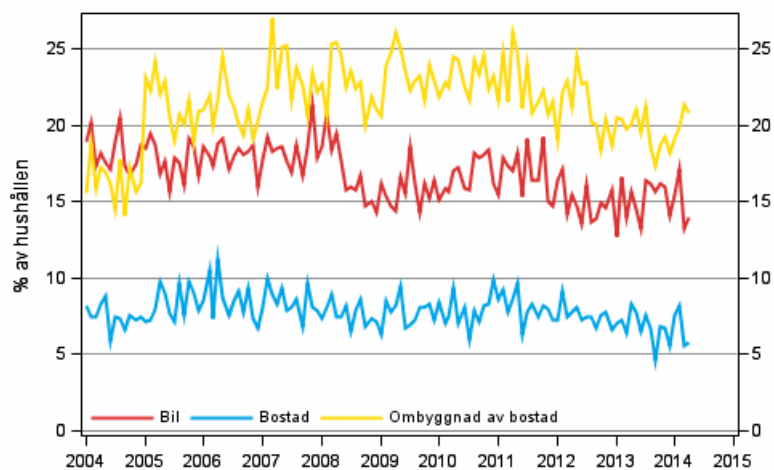
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



**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

[konsument.barometern@stat.fi](mailto:konsument.barometern@stat.fi)

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

Källa: Konsumentbarometern 2014, april. Statistikcentralen