

# Konsumentbarometern

2014, november

## Konsumenternas förtroende fortfarande svagt och köpplaner försiktiga

Konsumenternas förtroendeindikator var i november 2,6, då den i oktober var 0,4 och i september  $-0,7$ . I november året innan hade förtroendeindikatorn värdet 6,4. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,9. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 3–19 november 1 254 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 11/2014

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator blev förväntningarna på de egna möjligheterna att spara, på Finlands ekonomi och på arbetslösheten något positivare i november jämfört med oktober. Däremot var konsumenternas förväntningar på den egna ekonomin oförändrade. I november var konsumenternas bedömningar av den allmänna ekonomin emellertid fortfarande dystra och synen på den egna ekonomin försiktig, medan uppskattningarna om möjligheterna att spara var goda.

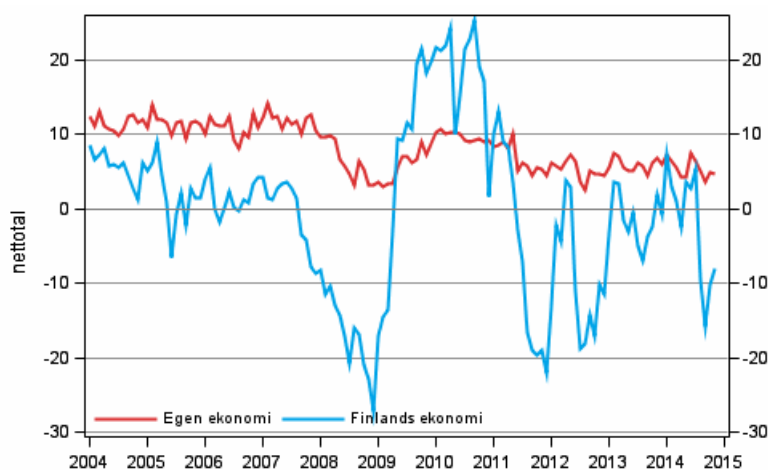
I november ansåg konsumenterna att tidpunkten att ta lån var fördelaktigare än att spara eller i synnerhet att köpa kapitalvaror. I november oroade sig sysselsatta konsumenter något mer än i oktober för att själva råka ut för arbetslöshet.

## Egen och Finlands ekonomi

Tjugofem procent av konsumenterna antog i november att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 36 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i oktober 21 och 35 procent och för ett år sedan 33 och 26 procent.

I november litade 23 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 16 procent befarade att den blir sämre inom ett år. För ett år sedan i november var motsvarande andelar 25 och 13 procent.

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



## Arbetslöshet och inflation

I november litade 10 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar i Finland under det följande året, medan 62 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. En månad tidigare var andelarna 9 och 68 procent och för ett år sedan 13 och 55 procent.

Av de sysselsatta antog 8 procent i november att risken för arbetslöshet minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 26 procent bedömde att risken ökat. Av de sysselsatta uppskattade 47 procent att risken för arbetslöshet var oförändrad och 19 procent upplevde att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I november bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,9 procent under de följande 12 månaderna. Inflationsförväntningarna var för ett år sedan i november 2,6 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,3 procent.

## Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 40 procent i november att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Av hushållen avsåg klart färre än tidigare, dvs. 13 procent, att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och bara 5 procent bostad. Arton procent av hushållen planerade att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

## Sparande och låntagning

Av konsumenterna ansåg 53 procent i november att tidpunkten att spara är god. Sextiotre procent av hushållen hade sparat och 78 procent trodde att de kan spara under det följande året.

Femtiofem procent av konsumenterna ansåg i november att det är fördelaktigt att ta lån. Färre än vanligt, dvs. 11 procent av hushållen, planerade i november att ta lån inom ett år.

### Konsumenternas syn på ekonomin

|  | Medeltal<br>10/1995- | Maxvärde<br>10/1995- | Minvärde<br>10/1995- | 11/2013 | 10/2014 | 11/2014 | Utsikter |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|---------|---------|---------|----------|
| A1 Konsumenternas förtroendeindikator<br>= (B2+B4+B7+D2)/4             | 11,9                 | 22,9                 | -6,5                 | 6,4     | 0,4     | 2,6     | --       |
| B2 Egen ekonomi om 12 månader<br>(netttotal)                           | 8,4                  | 14,1                 | 2,3                  | 6,9     | 4,9     | 4,7     | --       |
| B4 Finlands ekonomi om 12 månader<br>(netttotal)                       | 3,3                  | 25,3                 | -27,1                | 1,8     | -10,2   | -8,1    | --       |
| B6 Inflationen om 12 månader (procent)                                 | 2,3                  | 4,6                  | 0,6                  | 2,6     | 1,6     | 1,9     |          |
| B7 Arbetslösheten i Finland om 12<br>månader (netttotal)               | -2,9                 | 27,6                 | -51,1                | -24,5   | -33,7   | -29,5   | --       |
| B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)                               | -0,8                 | 7,6                  | -18,8                | -9,5    | -7,5    | -10,9   | --       |
| C1 Tidpunktens fördelaktighet för att<br>köpa kapitalvaror (netttotal) | 18,2                 | 41,8                 | -14,2                | 0,8     | 11,4    | 5,8     | --       |
| C2 Tidpunktens fördelaktighet för att<br>spara (netttotal)             | 11,0                 | 36,8                 | -19,6                | 6,2     | 5,1     | 4,2     | -        |
| C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta<br>lån (netttotal)            | 16,8                 | 42,0                 | -47,1                | 5,9     | 13,8    | 9,3     | -        |
| D2 Hushållets möjligheter att spara 12<br>månader framåt (netttotal)   | 38,8                 | 52,2                 | 10,9                 | 41,5    | 40,5    | 43,4    | +        |

**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 november var bortfallet av svar 46,6 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. 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..... | 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 40 procent erhålls svar från omkring 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.

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 viktcoefficients. 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

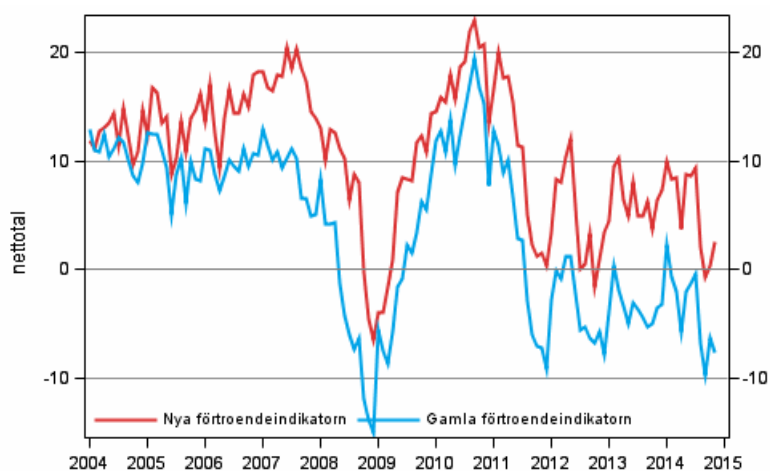
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

|   | Medeltal<br>10/1995- | Maxvärde<br>10/1995- | Minvärde<br>10/1995- | 11/2013 | 10/2014 | 11/2014 | Utsikter |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|---------|---------|---------|----------|
| A1 Konsumenternas<br>förtroendeindikator =<br>(B2+B4+B7+D2)/4         | 11,9                 | 22,9                 | -6,5                 | 6,4     | 0,4     | 2,6     | --       |
| A2 Gamla förtroendeindikatorn =<br>(B1+B2+B3+B4+C1)/5                 | 6,5                  | 19,4                 | -15,0                | -3,5    | -6,3    | -7,6    | --       |
| A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3                                     | 25,1                 | 33,4                 | 9,5                  | 25,9    | 25,4    | 26,1    | =        |
| A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2  | 0,2                  | 22,8                 | -39,1                | -11,3   | -21,9   | -18,8   | --       |
| B1 Egen ekonomi nu (nettotal)   | 4,1                  | 9,8                  | -4,0                 | -1,4    | -0,2    | -1,1    | --       |
| - Bättre (%)  | 23,6                 | 30,6                 | 16,5                 | 18,1    | 19,8    | 18,9    |          |
| - Sämre (%)   | 16,2                 | 22,7                 | 11,4                 | 21,0    | 20,2    | 20,2    |          |
| B2 Egen ekonomi om 12 månader<br>(nettotal)                           | 8,4                  | 14,1                 | 2,3                  | 6,9     | 4,9     | 4,7     | --       |
| - Bättre (%)  | 25,7                 | 33,4                 | 18,2                 | 24,6    | 22,4    | 22,8    |          |
| - Sämre (%)   | 11,1                 | 17,6                 | 6,6                  | 13,2    | 14,2    | 15,6    |          |
| B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)                                     | -1,7                 | 29,5                 | -60,9                | -25,3   | -37,4   | -39,5   | --       |
| - Bättre (%)  | 27,0                 | 62,1                 | 2,0                  | 11,1    | 4,7     | 3,5     |          |
| - Sämre (%)   | 27,3                 | 88,5                 | 4,2                  | 51,8    | 66,4    | 68,0    |          |
| B4 Finlands ekonomi om 12 månader<br>(nettotal)                       | 3,3                  | 25,3                 | -27,1                | 1,8     | -10,2   | -8,1    | --       |
| - Bättre (%)  | 30,8                 | 57,3                 | 11,6                 | 33,1    | 20,6    | 25,3    |          |
| - Sämre (%)   | 22,9                 | 57,3                 | 6,0                  | 26,0    | 35,4    | 35,7    |          |
| B5 Inflationen nu (procent)   | 2,4                  | 5,8                  | -2,0                 | 3,1     | 1,9     | 2,1     |          |
| B6 Inflationen om 12 månader<br>(procent)                             | 2,3                  | 4,6                  | 0,6                  | 2,6     | 1,6     | 1,9     |          |
| B7 Arbetslösheten i Finland om 12<br>månader (nettotal)               | -2,9                 | 27,6                 | -51,1                | -24,5   | -33,7   | -29,5   | --       |
| - Mindre (%)  | 30,8                 | 60,8                 | 6,4                  | 13,1    | 8,6     | 10,3    |          |
| - Mera (%)  | 33,9                 | 83,3                 | 6,9                  | 55,3    | 67,5    | 61,7    |          |
| B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)                               | -0,8                 | 7,6                  | -18,8                | -9,5    | -7,5    | -10,9   | --       |
| - Minskat (%)   | 13,0                 | 20,0                 | 5,3                  | 8,3     | 10,7    | 8,0     |          |
| - Ökat (%)  | 16,6                 | 31,9                 | 7,9                  | 24,3    | 23,5    | 25,7    |          |
| C1 Tidpunktens fördelaktighet för att<br>köpa kapitalvaror (nettotal) | 18,2                 | 41,8                 | -14,2                | 0,8     | 11,4    | 5,8     | --       |
| - Fördelaktig tidpunkt (%)  | 44,4                 | 62,4                 | 29,6                 | 36,2    | 42,9    | 40,0    |          |
| - Ofördelaktig tidpunkt (%)   | 26,2                 | 45,7                 | 17,7                 | 35,4    | 31,5    | 34,2    |          |
| C2 Tidpunktens fördelaktighet för att<br>spara (nettotal)             | 11,0                 | 36,8                 | -19,6                | 6,2     | 5,1     | 4,2     | -        |
| - Bra tid (%)   | 58,4                 | 80,7                 | 33,4                 | 54,0    | 53,7    | 53,4    |          |
| - Dålig tid (%)   | 35,9                 | 58,5                 | 15,5                 | 41,7    | 42,6    | 43,5    |          |
| C3 Tidpunktens fördelaktighet för att<br>ta lån (nettotal)            | 16,8                 | 42,0                 | -47,1                | 5,9     | 13,8    | 9,3     | -        |
| - Bra tid (%)   | 61,6                 | 78,2                 | 13,3                 | 52,7    | 59,2    | 54,7    |          |
| - Dålig tid (%)   | 31,2                 | 83,4                 | 12,1                 | 40,9    | 35,2    | 39,9    |          |
| D1 Hushållets penningssituation nu<br>(nettotal)                      | 28,1                 | 35,1                 | 14,7                 | 29,3    | 30,7    | 30,0    | +        |
| - Kan spara (%)   | 59,1                 | 70,0                 | 38,6                 | 63,1    | 63,4    | 62,6    |          |
| - Använder besparingar eller<br>skuldsätter sig (%)                   | 6,7                  | 10,1                 | 4,5                  | 8,2     | 7,2     | 7,7     |          |

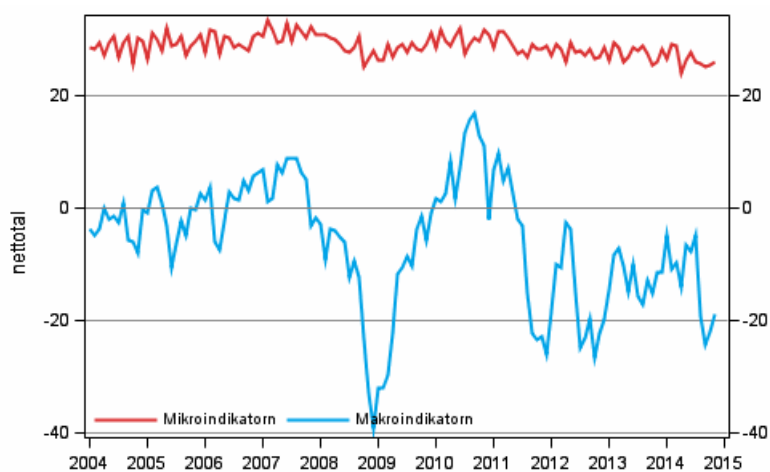
|  | Medeltal<br>10/1995- | Maxvärde<br>10/1995- | Minvärde<br>10/1995- | 11/2013 | 10/2014 | 11/2014 | Utsikter |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|---------|---------|---------|----------|
| D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)        | 38,8                 | 52,2                 | 10,9                 | 41,5    | 40,5    | 43,4    | +        |
| - Kan spara (%)  | 73,6                 | 82,3                 | 56,6                 | 75,6    | 73,9    | 77,6    |          |
| - Kan inte spara (%)   | 24,5                 | 40,3                 | 16,5                 | 23,2    | 25,0    | 21,5    |          |
| D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)       | 13,3                 | 17,8                 | 9,1                  | 10,7    | 12,2    | 11,0    | --       |
| - Ja, säkert (%)   | 5,6                  | 8,5                  | 3,1                  | 4,8     | 5,0     | 5,2     |          |
| - Eventuellt (%)   | 7,7                  | 11,4                 | 5,2                  | 5,8     | 7,2     | 5,8     |          |
| E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal) | -8,6                 | -2,4                 | -18,2                | -14,3   | -12,3   | -14,7   | --       |
| - Mera (%)   | 21,9                 | 30,8                 | 13,9                 | 17,2    | 17,9    | 15,4    |          |
| - Mindre (%)   | 32,7                 | 40,4                 | 26,5                 | 36,2    | 34,8    | 34,9    |          |
| E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)                             | 16,9                 | 21,7                 | 12,7                 | 16,0    | 17,0    | 12,7    | --       |
| - Mycket sannolikt (%)   | 8,7                  | 12,1                 | 5,1                  | 8,4     | 7,9     | 5,1     |          |
| - Ganska sannolikt (%)   | 8,2                  | 10,4                 | 5,3                  | 7,6     | 9,1     | 7,6     |          |
| E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)                          | 7,1                  | 11,3                 | 4,1                  | 6,7     | 6,9     | 5,2     | --       |
| - Ja, säkert (%)   | 3,1                  | 5,2                  | 1,3                  | 3,0     | 2,6     | 2,3     |          |
| - Eventuellt (%)   | 4,0                  | 6,2                  | 2,2                  | 3,8     | 4,3     | 2,9     |          |
| E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)     | 18,8                 | 27,0                 | 9,8                  | 19,3    | 18,3    | 17,7    | -        |
| - Mycket sannolikt (%)   | 12,4                 | 19,0                 | 5,0                  | 12,7    | 13,1    | 11,1    |          |
| - Ganska sannolikt (%)   | 6,4                  | 9,1                  | 3,2                  | 6,5     | 5,1     | 6,7     |          |

# Figurbilagor

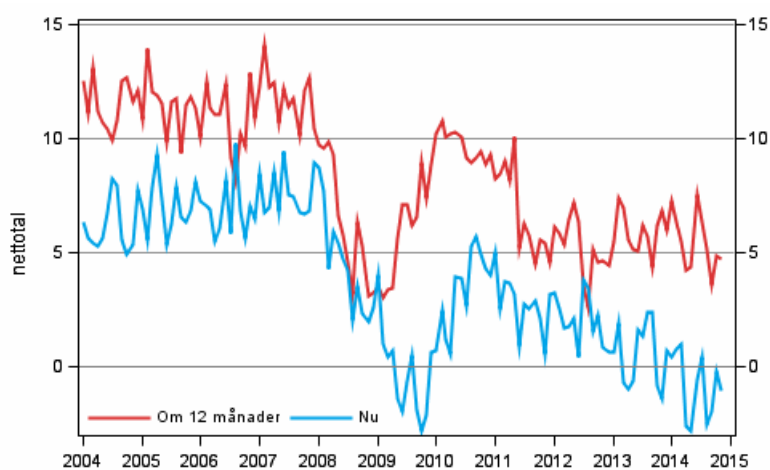
## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna

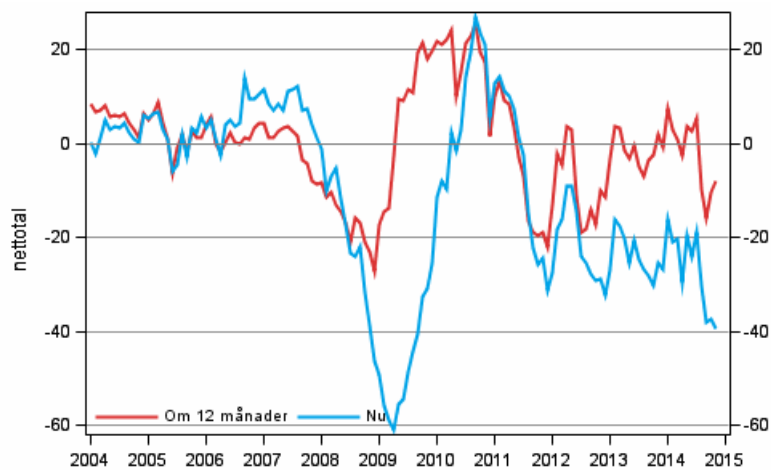


## Figurbilaga 3. Egen ekonomi

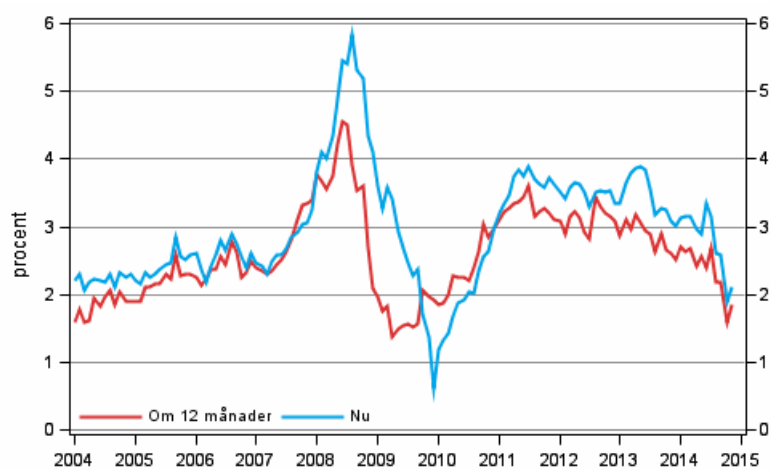




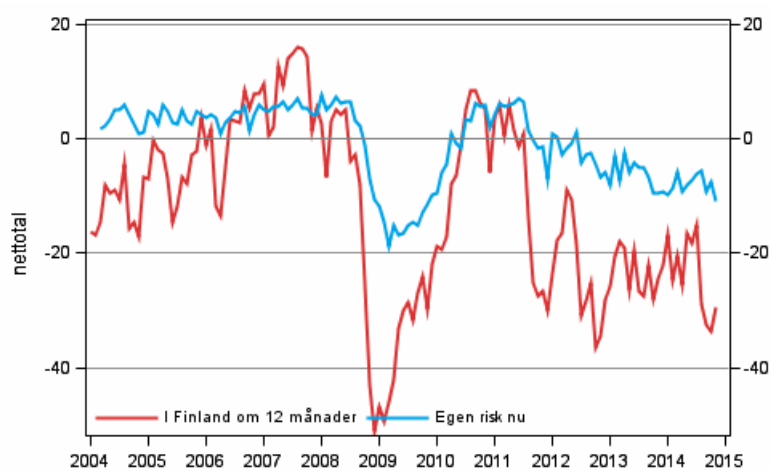
**Figurbilaga 4. Finlands ekonomi**



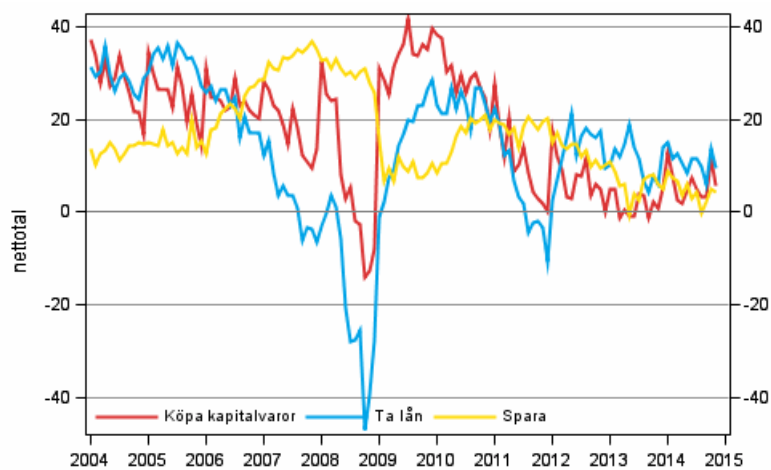
**Figurbilaga 5. Inflationen**



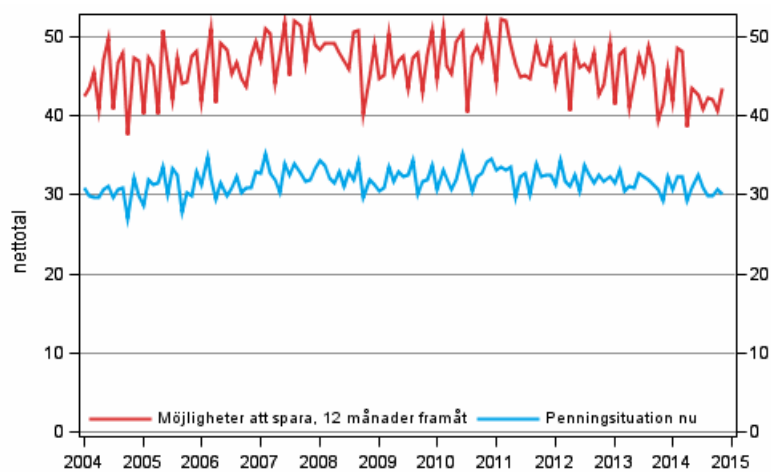
**Figurbilaga 6. Arbetslösheten**



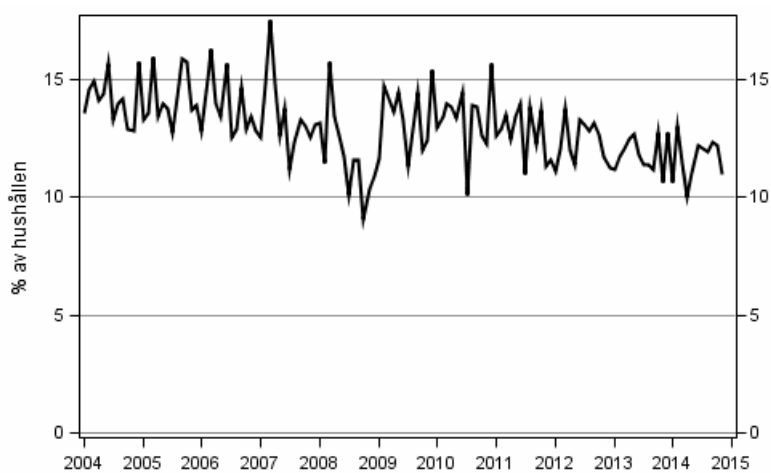
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



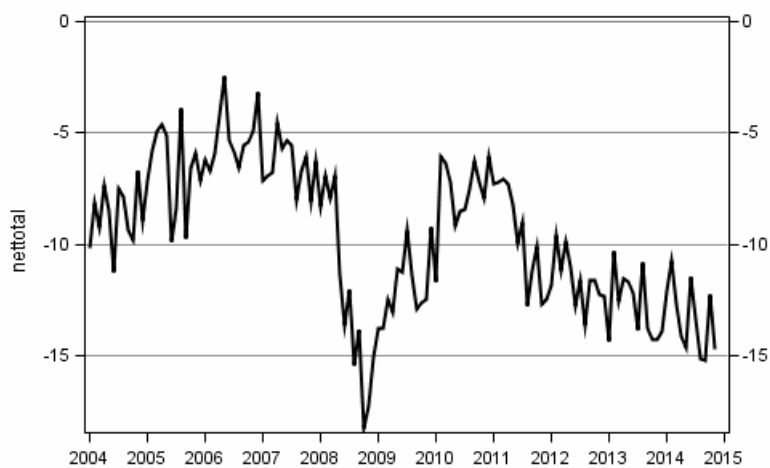
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation**



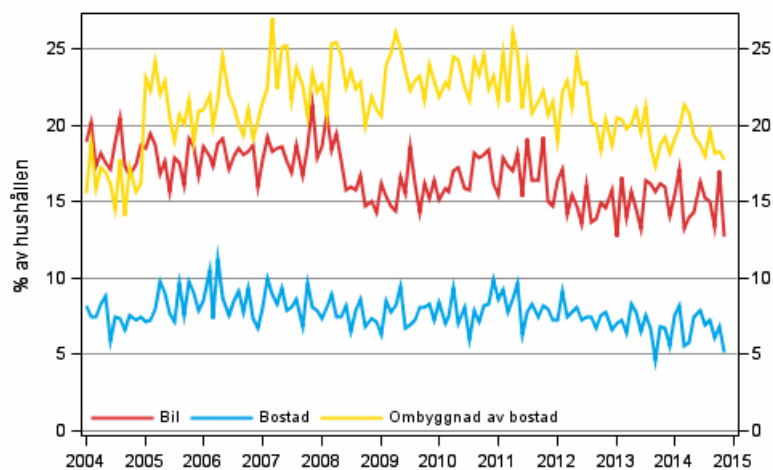
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



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



**Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader**



## Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Tara Junes 029 551 3503

Ansvarig statistikdirektör:

Riitta Harala

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

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

Källa: Konsumentbarometern 2014, november. Statistikcentralen