

Konsumentbarometern

2015, mars

Konsumenternas förtroende på medelnivå i mars

Konsumenternas förtroendeindikator var i mars 11,2 medan den i februari var 10,6 och i januari 6,0. I mars 2014 visade förtroendeindikatorn ett värde på 8,5. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 2–19 mars 1 350 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 03/2015

I de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator skedde inga betydande förändringar i mars jämfört med februari. Bara förväntningarna på Finlands ekonomi försvagades något. Synen på den egna och särskilt på Finlands ekonomi var fortfarande försiktiga och bilden av arbetslösheten rätt så dystert. Däremot var förväntningarna på de egna möjligheterna att spara ytterst goda i mars.

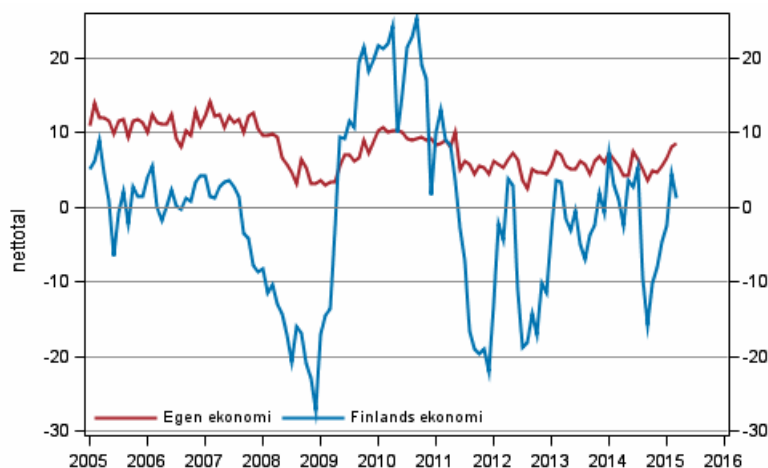
I mars ansåg man att det var mer gynnsamt att ta lån än att köpa kapitalvaror eller minst av allt att spara. I mars oroadе sig de sysselsatta konsumenterna rätt så mycket för att själva råka ut för arbetslöshet, liksom redan i februari och i mars för ett år sedan.

Egen och Finlands ekonomi

I mars trodde 30 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland förbättras under det följande året. Av konsumenterna bedömde 25 procent för sin del att landets ekonomi försämras. I februari var motsvarande andelar 35 och 24 procent.

I mars litade 26 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 11 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 mars trodde 17 procent av konsumenterna att arbetslösheten minskar under det följande året och 47 procent uppskattade att arbetslösheten ökar.

Elva procent av de sysselsatta antog i mars att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 26 procent åter antog att risken hade ökat. Av de sysselsatta upplevde 19 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I mars bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,3 procent under de följande 12 månaderna. I mars 2014 var inflationsförväntningarna 2,7 procent. Långtidsmedelvärdet är 2,3 procent. Konsumenternas uppskattning av den rådande inflationen har minskat från 3,1 procent till 0,8 procent på årsnivå.

Köp av kapitalvaror

I mars ansåg 47 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Av hushållen avsåg 15 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och 7 procent bostad. Arton procent av hushållen planerade att spendera pengar på reovering av bostaden.

Sparande och låntagning

I mars bedömde färre än normalt, dvs. 52 procent av konsumenterna, att tidpunkten att spara är god. Av hushållen hade 65 procent ändå sparat och rentav 82 procent trodde sig kunna spara under det följande året.

I mars uppskattade fler än i genomsnitt, dvs. 65 procent av konsumenterna, att det är fördelaktigt att ta lån. Av hushållen planerade 15 procent att ta lån inom ett år. Motsvarande andel var i februari 10 procent och i mars året innan 12 procent.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	03/2014	02/2015	03/2015	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,8	22,9	-6,5	8,5	10,6	11,2	=
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,4	14,1	2,3	5,5	8,1	8,5	=
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	3,2	25,3	-27,1	1,0	4,5	1,2	=
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,3	4,6	0,6	2,7	1,0	1,3	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	-3,2	27,6	-51,1	-20,5	-18,8	-16,2	-
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	-1,0	7,6	-18,8	-5,9	-8,5	-8,7	--
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	18,2	41,8	-14,2	2,7	21,3	17,2	=
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	10,9	36,8	-19,6	6,6	0,5	3,3	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	16,8	42,0	-47,1	12,6	22,9	22,2	+
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,0	52,2	10,9	48,2	48,5	51,0	++

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 mars var bortfallet av svar 42,6 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

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 makroindikatorer.....	8
Figurbilaga 3. Egen ekonomi.....	8
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi	9
Figurbilaga 5. Inflation.....	9
Figurbilaga 6. Arbetslöshet.....	9
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att.....	10
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara.....	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.....	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 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.

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 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

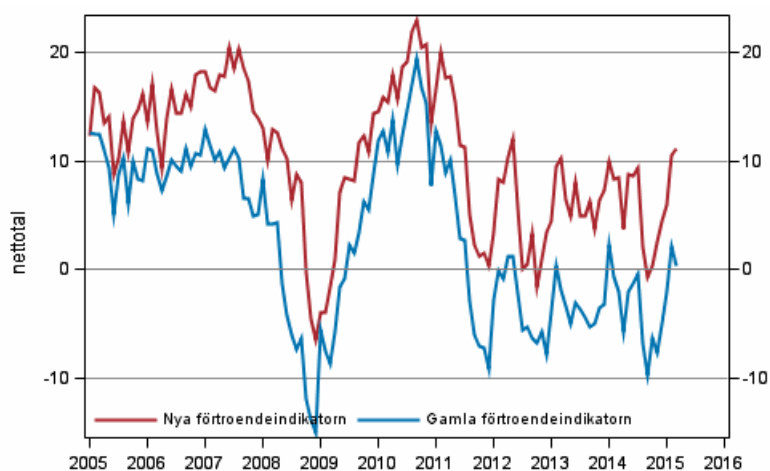
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	03/2014	02/2015	03/2015	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,8	22,9	-6,5	8,5	10,6	11,2	=
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,3	19,4	-15,0	-2,0	2,1	0,4	-
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,2	33,4	9,5	28,6	29,5	30,5	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,0	22,8	-39,1	-9,8	-7,2	-7,5	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,0	9,8	-4,0	1,0	-0,6	0,9	-
- Bättre (%)	23,5	30,6	16,5	18,4	18,3	21,0	
- Sämre (%)	16,3	22,7	11,4	16,1	18,9	19,1	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	5,5	8,1	8,5	=
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	22,8	25,7	25,8	
- Sämre (%)	11,2	17,6	6,6	13,0	12,4	11,1	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-2,2	29,5	-60,9	-20,4	-22,6	-26,1	--
- Bättre (%)	26,6	62,1	2,0	11,2	10,8	8,8	
- Sämre (%)	27,8	88,5	4,2	45,0	48,6	53,0	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,2	25,3	-27,1	1,0	4,5	1,2	=
- Bättre (%)	30,8	57,3	11,6	31,3	34,5	29,7	
- Sämre (%)	22,9	57,3	6,0	26,4	23,8	24,6	
B5 Inflationen nu (procent)	2,4	5,8	-2,0	3,1	0,6	0,8	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,3	4,6	0,6	2,7	1,0	1,3	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,2	27,6	-51,1	-20,5	-18,8	-16,2	-
- Mindre (%)	30,5	60,8	6,4	13,8	15,7	16,7	
- Mera (%)	34,2	83,3	6,9	50,7	49,5	46,5	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,0	7,6	-18,8	-5,9	-8,5	-8,7	--
- Minskat (%)	12,9	20,0	5,3	10,3	11,4	11,0	
- Ökat (%)	16,8	31,9	7,9	20,6	24,7	26,2	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,2	41,8	-14,2	2,7	21,3	17,2	=
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,4	62,4	29,6	36,6	47,9	46,5	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,2	45,7	17,7	33,9	26,6	29,3	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,9	36,8	-19,6	6,6	0,5	3,3	-
- Bra tid (%)	58,2	80,7	33,4	54,7	49,9	51,8	
- Dålig tid (%)	36,1	58,5	15,5	41,3	47,0	44,5	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,8	42,0	-47,1	12,6	22,9	22,2	+
- Bra tid (%)	61,6	78,2	13,3	57,6	65,4	64,9	
- Dålig tid (%)	31,2	83,4	12,1	36,0	29,6	30,1	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,2	35,1	14,7	32,3	32,0	32,0	+
- Kan spara (%)	59,2	70,0	38,6	66,0	65,9	65,0	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	6,9	6,2	6,0	

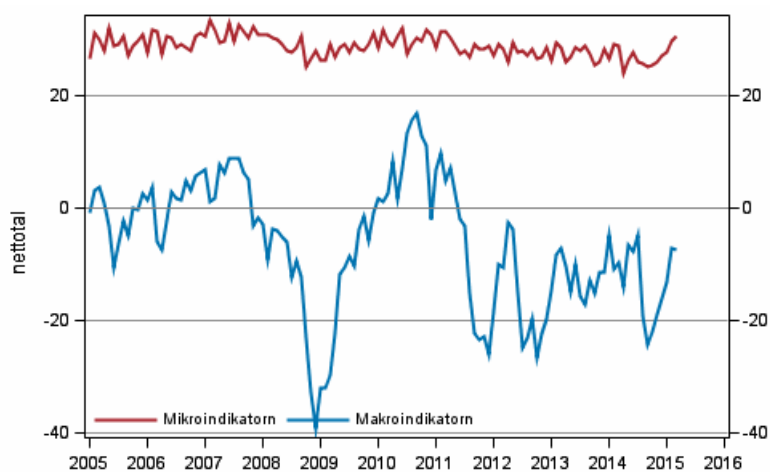
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	03/2014	02/2015	03/2015	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,0	52,2	10,9	48,2	48,5	51,0	++
- Kan spara (%)	73,7	82,3	56,6	79,9	80,4	81,8	
- Kan inte spara (%)	24,4	40,3	16,5	18,8	19,2	17,3	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,2	17,8	9,1	11,5	10,2	14,7	+
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,1	4,5	7,1	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,2	6,4	5,7	7,6	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,7	-2,4	-18,2	-12,7	-12,0	-11,7	-
- Mera (%)	21,8	30,8	13,9	15,9	17,2	16,1	
- Mindre (%)	32,7	40,4	26,5	34,2	33,4	32,0	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	13,3	15,8	15,0	-
- Mycket sannolikt (%)	8,6	12,1	5,1	7,2	8,3	8,1	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	6,1	7,5	6,9	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	5,6	4,4	6,8	=
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	2,2	1,9	2,8	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	3,4	2,6	3,9	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	21,3	18,8	18,0	=
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	14,0	13,3	12,3	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	7,3	5,5	5,7	

Figurbilagor

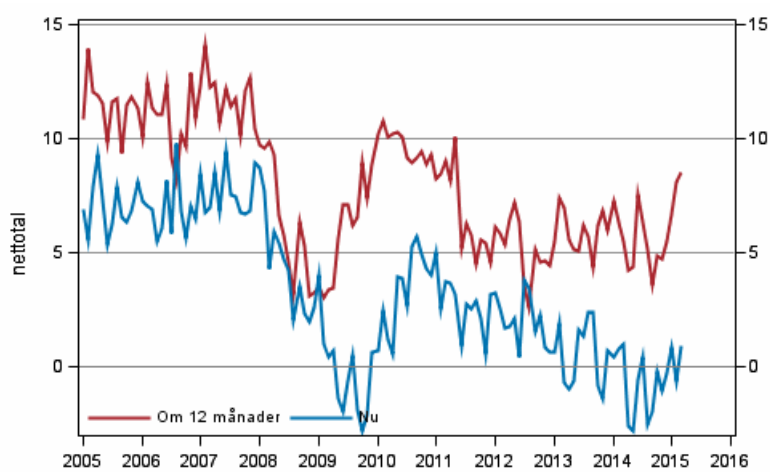
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



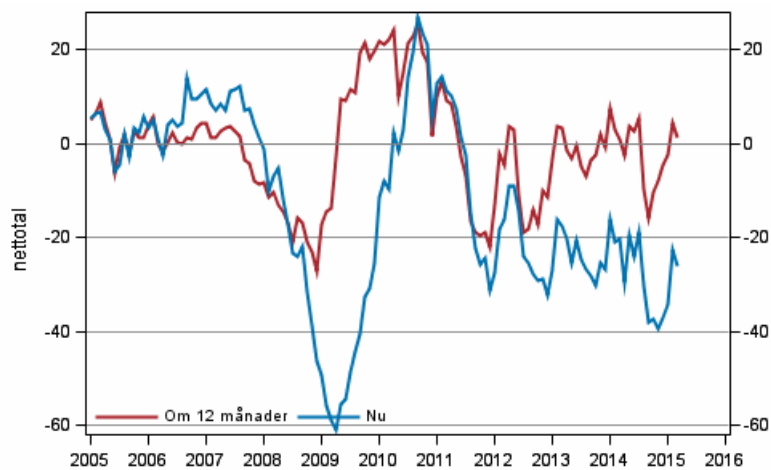
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



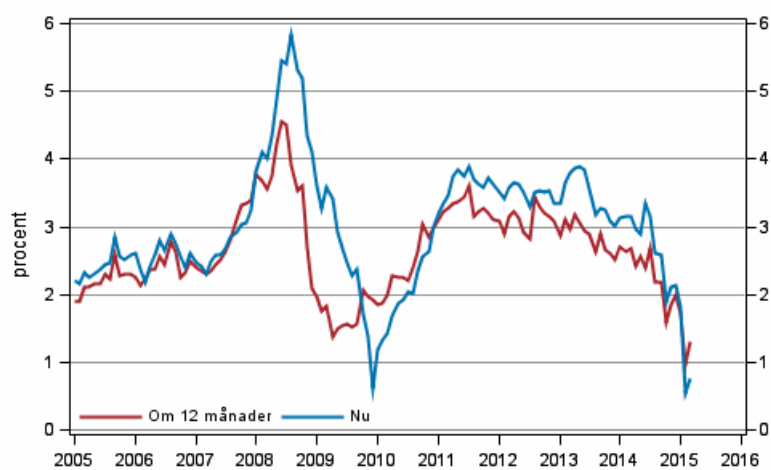
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



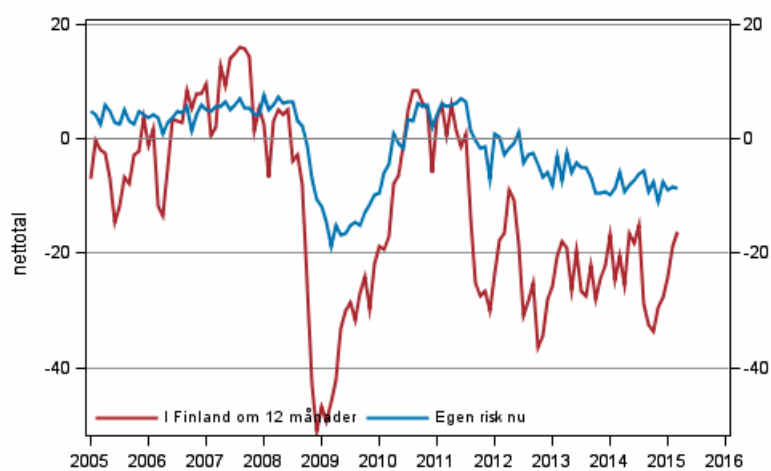
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



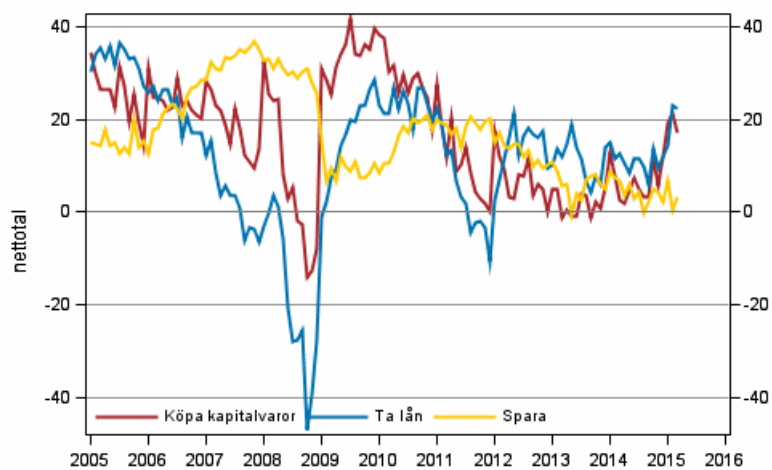
Figurbilaga 5. Inflation



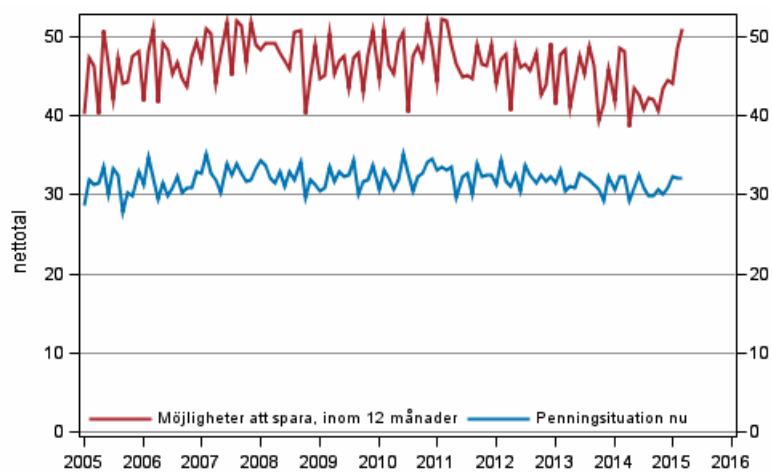
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



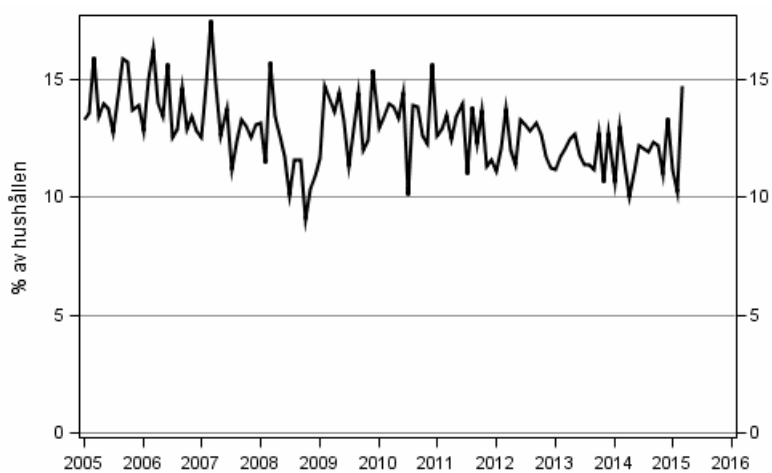
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



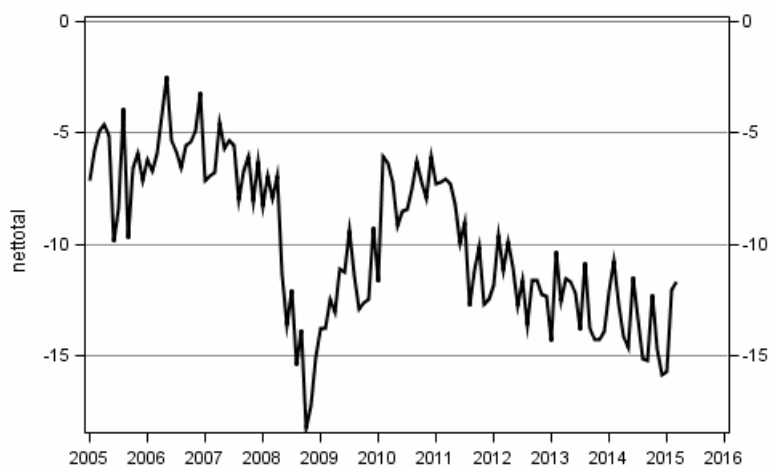
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



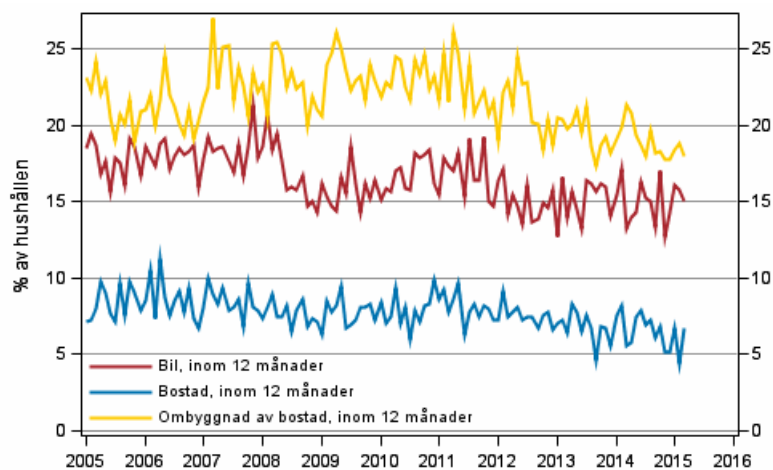
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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



Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa



Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Tara Junes 029 551 3503

Ansvarig statistikdirektör:

Riitta Harala

konsument.barometern@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2015, mars. Statistikcentralen