

# Konsumentbarometern

2015, augusti

## Konsumenternas förväntningar på ekonomin mestadels svaga i augusti

Konsumenternas förtroendeindikator var i augusti 8,3, medan den i juli var 6,9 och i juni 10,8. I augusti fick förtroendeindikatorn värdet 2,2. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 3–19 augusti 1 284 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 08/2015

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades i augusti bara förväntningarna på hushållets möjligheter att spara jämfört med juli. Förväntningarna på Finlands ekonomi och arbetslösheten var något dystrare och synen på konsumentens egen ekonomi var nästan oförändrad. I augusti var konsumenternas tro på sina möjligheter att spara god, medan tron på de andra delfaktorerna i indikatorn var svaga.

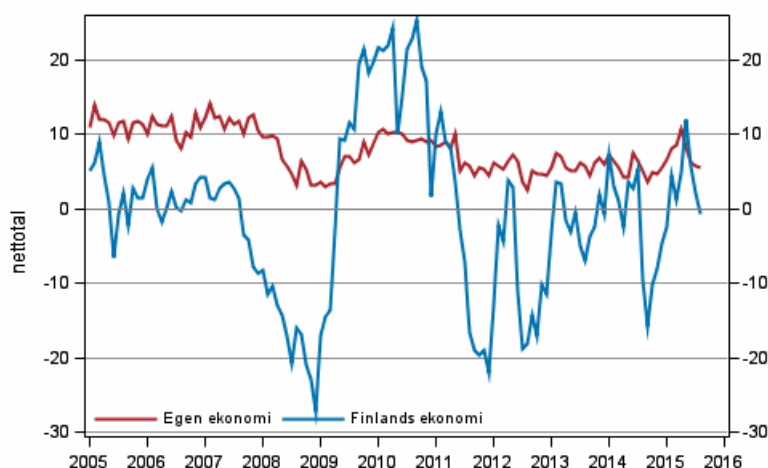
Konsumenterna ansåg i augusti att tidpunkten var rätt så god för att ta lån och för omväxlings skull också för att köpa kapitalvaror, snarare än för att spara. Sysselsatta konsumenter oroade sig i augusti något mera än i genomsnitt för att själva bli arbetslösa, liksom redan i juli och för ett år sedan.

## Egen och Finlands ekonomi

I augusti trodde 30 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Tjugosju procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i juli 33 och 26 procent och för ett år sedan i augusti pessimistiska 23 och 38 procent.

I augusti litade 24 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 augusti uppskattade 50 procent av konsumenterna att arbetslösheten ökar under det följande året och 14 procent trodde att arbetslösheten minskar. Motsvarande andelar var i juli 47 och 17 procent och för ett år sedan 62 och 10 procent.

Av de sysselsatta antog 20 procent i augusti att risken för arbetslöshet ökat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 12 procent bedömde att risken minskat. Av de sysselsatta upplevde 20 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

Konsumenterna bedömde i augusti att konsumentpriserna stiger med 1,5 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för konsumenternas inflationsförväntningar är 2,2 procent.

## Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 48 procent i augusti att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. I augusti i fjol var motsvarande andel 38 procent. Av hushållen avsåg fler än vanligt, dvs. 19 procent, att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och 7 procent bostad. Nitton procent av hushållen planerade att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

## Sparande och låntagning

I augusti ansåg 55 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 68 procent sparat och rentav 81 procent trodde sig kunna spara under det följande året. Långtidsmedelvärdet för andelen hushåll som sparar är 59 och 74 procent.

I augusti ansåg 62 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Av hushållen planerade bara 12 procent att ta lån inom ett år.

### Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	08/2014	07/2015	08/2015	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,8	22,9	-6,5	2,2	6,9	8,3	-
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	5,2	5,8	5,5	--
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,2	25,3	-27,1	-9,6	2,1	-0,7	-
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	2,2	1,6	1,5	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,4	27,6	-51,1	-28,9	-17,4	-20,6	-
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,2	7,6	-18,8	-5,6	-6,6	-4,3	-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,2	41,8	-14,2	3,4	17,9	20,1	=
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,8	36,8	-19,6	-0,1	6,5	7,4	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,9	42,0	-47,1	9,7	19,0	19,6	=
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,1	52,2	10,9	42,1	37,4	49,0	+

**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 delfaktoreernas 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. Undersökningens bruttourvalsstorlek är 2 350 personer varje månad. I augusti 2015 var bortfallet av svar 45,4 procent. Bortfallet omfattar förutom dem som vägrat eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunnat nå.

### 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 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 över 40 procent erhålls svar från lite flera än 1 300 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, bostättningsområde 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

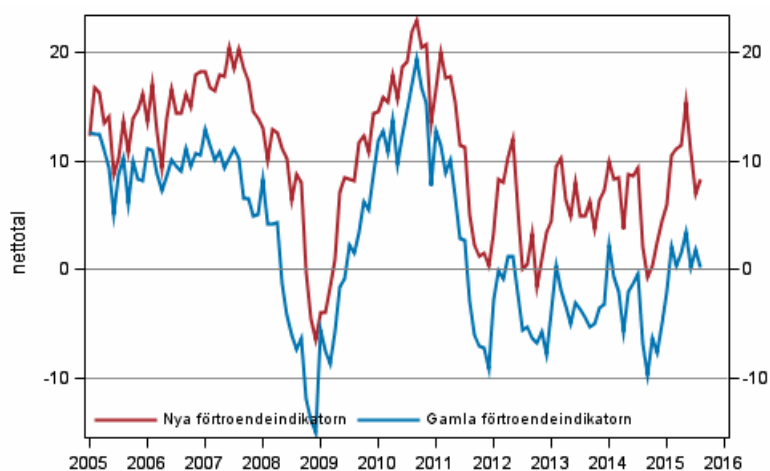
## Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	08/2014	07/2015	08/2015	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,8	22,9	-6,5	2,2	6,9	8,3	-
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,2	19,4	-15,0	-6,7	1,8	0,2	-
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,2	33,4	9,5	25,7	24,3	29,5	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,1	22,8	-39,1	-19,3	-7,7	-10,7	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,0	9,8	-4,0	-2,5	2,8	-0,0	--
- Bättre (%)	23,4	30,6	16,5	16,5	21,7	17,9	
- Sämre (%)	16,3	22,7	11,4	20,4	16,7	19,3	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	5,2	5,8	5,5	--
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	23,1	24,6	24,1	
- Sämre (%)	11,2	17,6	6,6	15,4	14,5	14,5	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-2,6	29,5	-60,9	-30,0	-19,6	-23,9	--
- Bättre (%)	26,3	62,1	2,0	6,5	11,9	8,9	
- Sämre (%)	28,2	88,5	4,2	58,0	44,3	48,5	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,2	25,3	-27,1	-9,6	2,1	-0,7	-
- Bättre (%)	30,8	57,3	11,6	23,2	33,4	30,2	
- Sämre (%)	22,9	57,3	6,0	37,7	26,0	27,1	
B5 Inflationen nu (procent)	2,4	5,8	-2,0	2,6	0,8	0,8	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	2,2	1,6	1,5	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,4	27,6	-51,1	-28,9	-17,4	-20,6	-
- Mindre (%)	30,3	60,8	6,4	10,1	16,7	13,6	
- Mera (%)	34,4	83,3	6,9	61,8	47,2	50,2	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,2	7,6	-18,8	-5,6	-6,6	-4,3	-
- Minskat (%)	12,9	20,0	5,3	10,2	11,5	12,2	
- Ökat (%)	17,0	31,9	7,9	21,7	23,3	20,1	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,2	41,8	-14,2	3,4	17,9	20,1	=
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,5	62,4	29,6	37,6	47,1	48,1	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,3	45,7	17,7	34,2	29,2	28,0	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,8	36,8	-19,6	-0,1	6,5	7,4	-
- Bra tid (%)	58,1	80,7	33,4	48,3	55,1	55,1	
- Dålig tid (%)	36,2	58,5	15,5	46,9	40,5	41,1	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,9	42,0	-47,1	9,7	19,0	19,6	=
- Bra tid (%)	61,7	78,2	13,3	55,9	63,5	62,2	
- Dålig tid (%)	31,2	83,4	12,1	38,6	32,0	31,5	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,3	35,1	14,7	29,9	29,9	33,9	++
- Kan spara (%)	59,3	70,0	38,6	61,2	61,7	67,5	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	6,9	7,8	5,0	

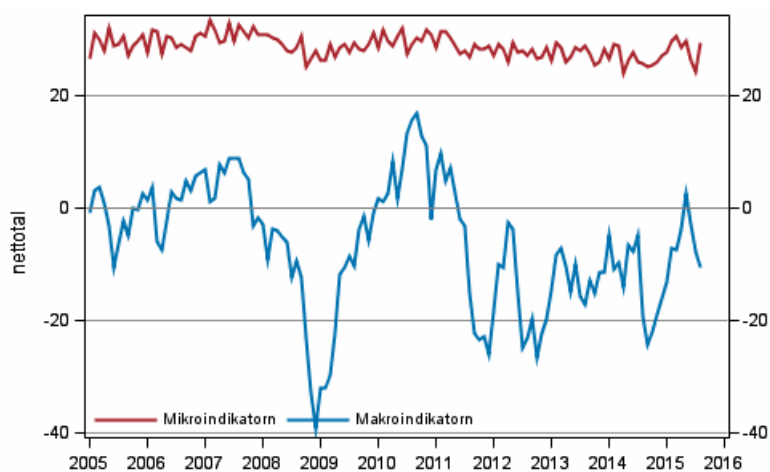
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	08/2014	07/2015	08/2015	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,1	52,2	10,9	42,1	37,4	49,0	+
- Kan spara (%)	73,8	82,3	56,6	75,4	72,9	80,6	
- Kan inte spara (%)	24,4	40,3	16,5	23,6	26,0	18,2	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,2	17,8	9,1	11,9	10,9	11,9	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	4,3	4,3	4,7	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,2	7,6	6,6	7,1	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,8	-2,4	-18,2	-15,1	-10,6	-14,7	--
- Mera (%)	21,7	30,8	13,9	15,7	18,9	16,9	
- Mindre (%)	32,8	40,4	26,5	35,9	32,8	37,7	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	15,0	16,2	19,0	++
- Mycket sannolikt (%)	8,6	12,1	5,1	7,4	9,3	10,5	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	7,5	6,8	8,5	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	7,3	6,7	7,2	=
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	2,8	3,1	2,5	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,5	3,6	4,6	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	19,7	19,0	19,2	=
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	14,5	12,9	12,5	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	5,1	6,1	6,6	

# Figurbilagor

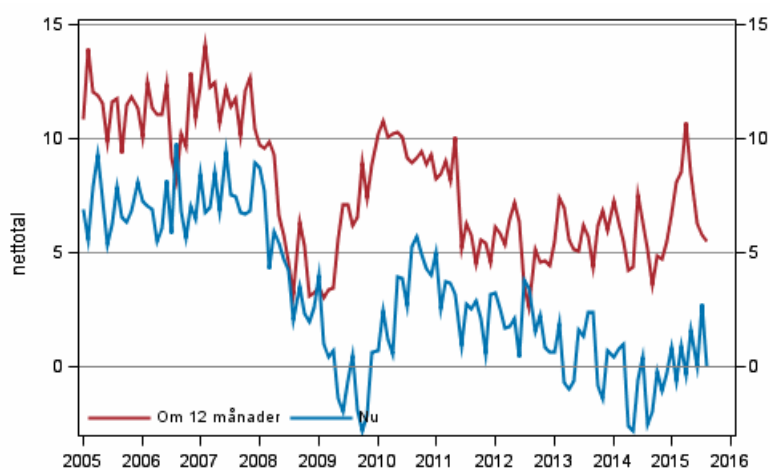
## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer

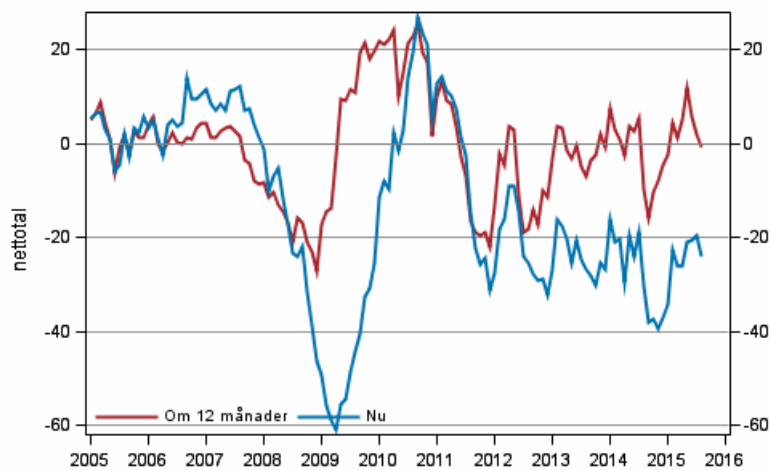


## Figurbilaga 3. Egen ekonomi

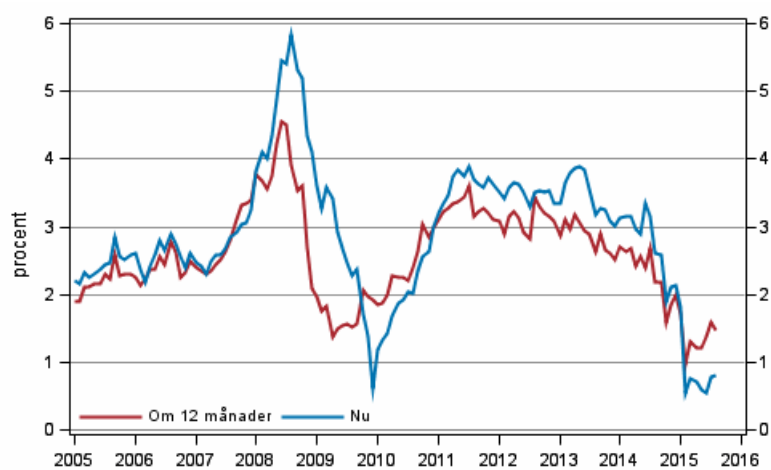




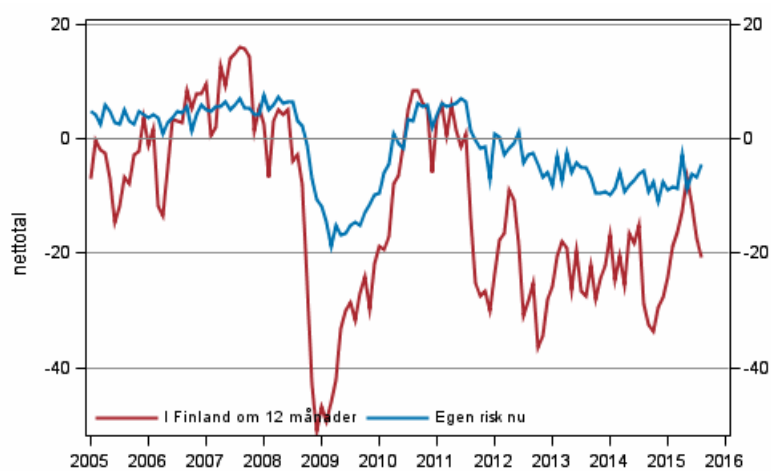
**Figurbilaga 4. Finlands ekonomi**



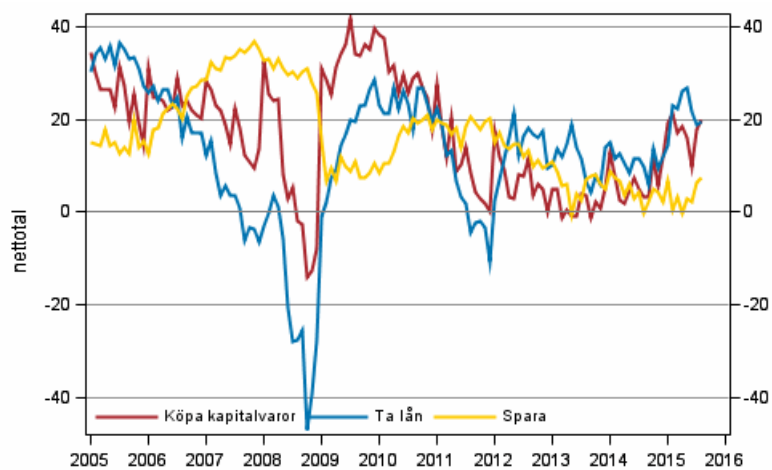
**Figurbilaga 5. Inflation**



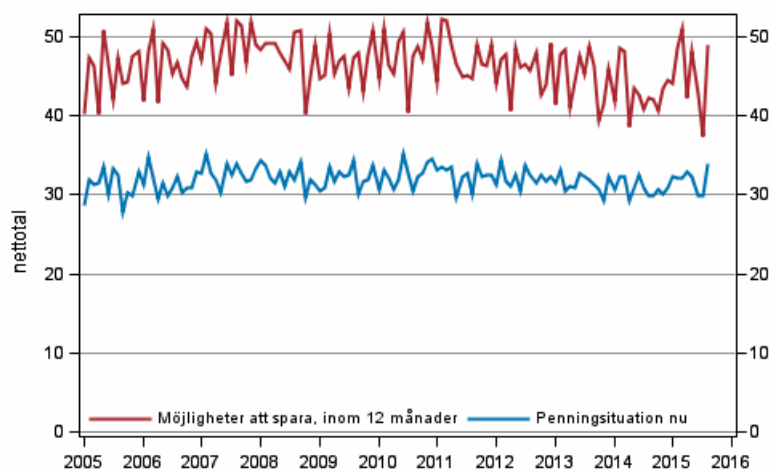
**Figurbilaga 6. Arbetslöshet**



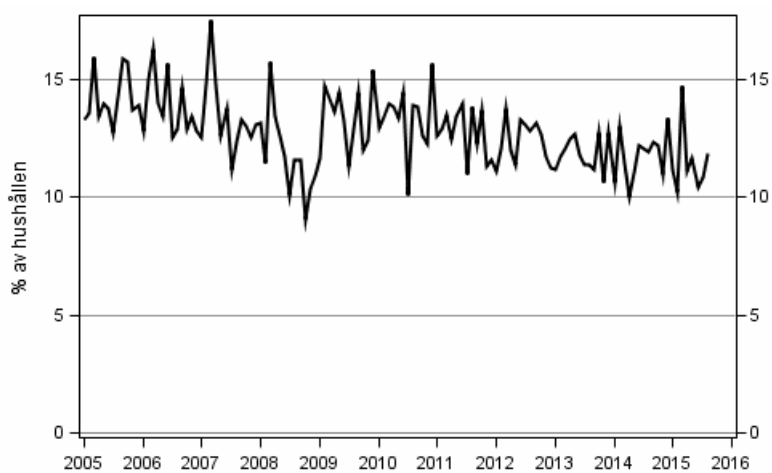
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



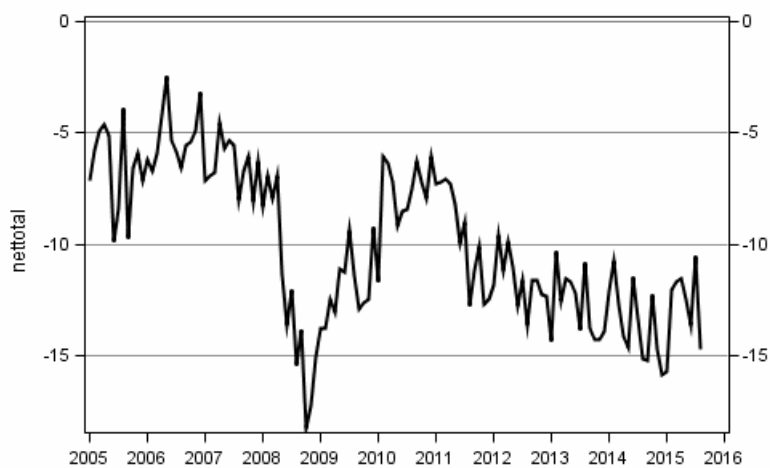
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara**



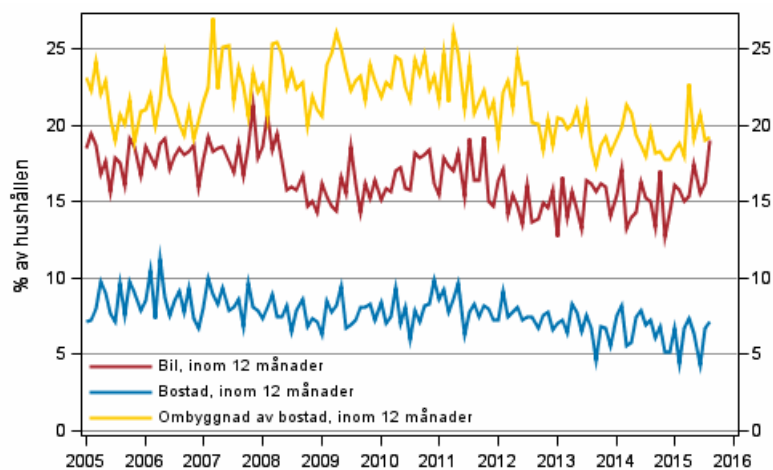
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



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



**Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa**



## Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598  
Ansvarig statistikdirektör:  
Riitta Harala

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

Källa: Konsumentbarometern 2015, augusti. Statistikcentralen