

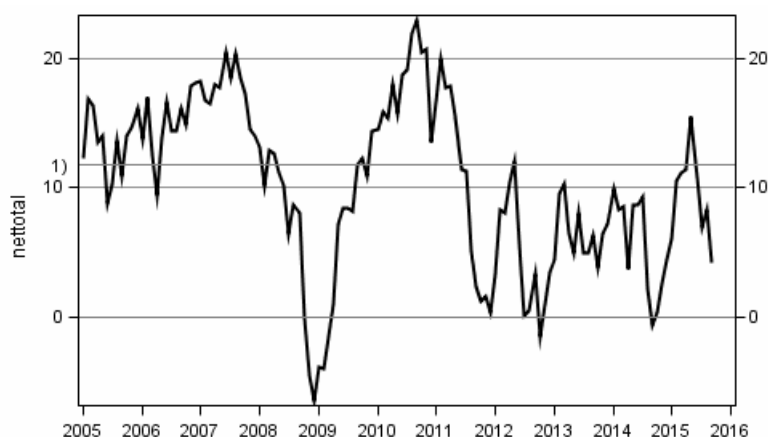
Konsumentbarometern

2015, september

Konsumenternas förtroende minskade – alltjämt starkare än för ett år sedan

Konsumenternas förtroendeindikator var i september 4,2, då den i augusti var 8,3 och i juli 6,9. I september i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -0,7. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–18 september 1 260 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 09/2015

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator var i september bara förväntningarna på hushållets möjligheter att spara oförändrade jämfört med augusti. Övriga delfaktorer försvagades. I september var konsumenternas förväntningar på den egna ekonomin svaga och synen på Finlands ekonomi samt den allmänna arbetslösheten dystert. Däremot var konsumenternas tro på sina möjligheter att spara fortfarande god.

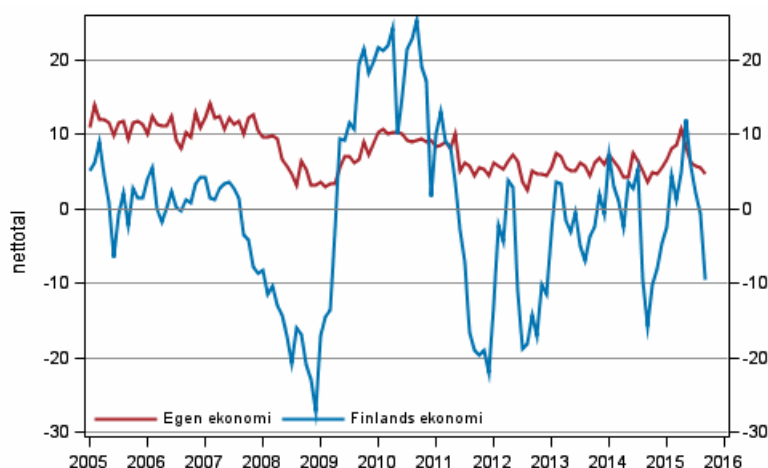
Konsumenterna ansåg i september att tidpunkten inte var särskilt gynnsam för att ta lån, köpa kapitalvaror och i synnerhet inte för att spara. Sysselsatta konsumenter oroade sig i september något mera än i genomsnitt för att själva bli arbetslösa, liksom redan i augusti och för ett år sedan.

Egen och Finlands ekonomi

I september trodde 24 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Fler konsumenter, dvs. 36 procent, bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i augusti 30 och 27 procent och i september för ett år sedan sedan sedan pessimistiska 17 och 42 procent.

I september litade 24 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 16 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 september litade bara 12 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året medan 61 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i augusti 14 och 50 procent och för ett år sedan 9 och 66 procent.

Av de sysselsatta antog 12 procent i september att risken för arbetslösheten minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 19 procent antog att risken hade ökat. Av de sysselsatta upplevde 22 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I september uppskattade konsumenterna 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 46 procent i september att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. I september i fjol var motsvarande andel 38 procent. Av hushållen avsåg bara 13 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 september antog 53 procent av konsumenterna att tidpunkten att spara är god. Av hushållen hade 65 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.

Av konsumenterna ansåg 59 procent i september 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-	09/2014	08/2015	09/2015	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,8	22,9	-6,5	-0,7	8,3	4,2	--
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	3,6	5,5	4,8	--
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,2	25,3	-27,1	-15,8	-0,7	-9,5	--
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	2,2	1,5	1,5	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,5	27,6	-51,1	-32,6	-20,6	-28,3	--
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,2	7,6	-18,8	-9,2	-4,3	-3,7	-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,2	41,8	-14,2	3,3	20,1	15,5	=
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,7	36,8	-19,6	2,3	7,4	5,2	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,9	42,0	-47,1	6,1	19,6	14,3	=
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,1	52,2	10,9	42,1	49,0	49,7	+

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 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 september 2015 var bortfallet av svar 46,4 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

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 omkring 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 korregerar 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

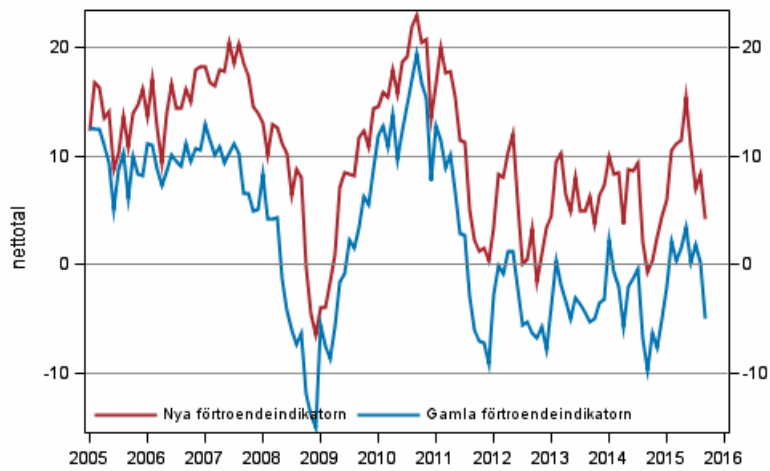
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	09/2014	08/2015	09/2015	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,8	22,9	-6,5	-0,7	8,3	4,2	--
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,2	19,4	-15,0	-9,8	0,2	-4,9	--
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,3	33,4	9,5	25,2	29,5	28,6	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,2	22,8	-39,1	-24,2	-10,7	-18,9	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,9	9,8	-4,0	-2,0	-0,0	-1,0	--
- Bättre (%)	23,4	30,6	16,5	19,2	17,9	17,7	
- Sämre (%)	16,3	22,7	11,4	22,0	19,3	19,4	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	3,6	5,5	4,8	--
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	22,6	24,1	24,1	
- Sämre (%)	11,2	17,6	6,6	17,6	14,5	15,5	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-2,7	29,5	-60,9	-37,9	-23,9	-34,4	--
- Bättre (%)	26,2	62,1	2,0	4,6	8,9	6,1	
- Sämre (%)	28,4	88,5	4,2	66,2	48,5	61,9	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,2	25,3	-27,1	-15,8	-0,7	-9,5	--
- Bättre (%)	30,8	57,3	11,6	17,1	30,2	24,4	
- Sämre (%)	23,0	57,3	6,0	41,6	27,1	36,1	
B5 Inflationen nu (procent)	2,3	5,8	-2,0	2,6	0,8	0,6	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	2,2	1,5	1,5	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,5	27,6	-51,1	-32,6	-20,6	-28,3	--
- Mindre (%)	30,2	60,8	6,4	8,9	13,6	12,2	
- Mera (%)	34,5	83,3	6,9	65,5	50,2	60,7	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,2	7,6	-18,8	-9,2	-4,3	-3,7	-
- Minskat (%)	12,9	20,0	5,3	8,9	12,2	12,0	
- Ökat (%)	17,0	31,9	7,9	24,7	20,1	18,8	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,2	41,8	-14,2	3,3	20,1	15,5	=
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,5	62,4	29,6	38,1	48,1	45,7	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,3	45,7	17,7	34,8	28,0	30,3	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,7	36,8	-19,6	2,3	7,4	5,2	-
- Bra tid (%)	58,1	80,7	33,4	50,6	55,1	53,1	
- Dålig tid (%)	36,3	58,5	15,5	44,8	41,1	42,7	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,9	42,0	-47,1	6,1	19,6	14,3	=
- Bra tid (%)	61,7	78,2	13,3	52,4	62,2	59,1	
- Dålig tid (%)	31,2	83,4	12,1	42,3	31,5	35,9	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,3	35,1	14,7	29,9	33,9	31,5	+
- Kan spara (%)	59,4	70,0	38,6	63,1	67,5	65,0	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	7,6	5,0	7,7	

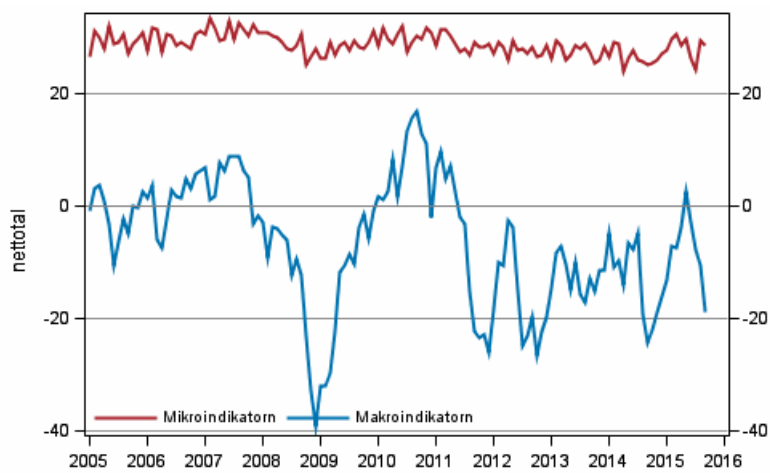
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	09/2014	08/2015	09/2015	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,1	52,2	10,9	42,1	49,0	49,7	+
- Kan spara (%)	73,8	82,3	56,6	76,1	80,6	81,4	
- Kan inte spara (%)	24,4	40,3	16,5	23,1	18,2	17,8	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,2	17,8	9,1	12,3	11,9	12,1	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,3	4,7	5,8	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,2	7,1	7,1	6,3	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,8	-2,4	-18,2	-15,2	-14,7	-12,5	--
- Mera (%)	21,6	30,8	13,9	15,8	16,9	16,2	
- Mindre (%)	32,8	40,4	26,5	37,1	37,7	33,9	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	13,4	19,0	13,3	--
- Mycket sannolikt (%)	8,6	12,1	5,1	7,6	10,5	6,2	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	5,8	8,5	7,1	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	6,1	7,2	7,2	=
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	2,4	2,5	2,9	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	3,7	4,6	4,4	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	18,1	19,2	18,7	=
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	13,3	12,5	12,4	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	4,9	6,6	6,3	

Figurbilagor

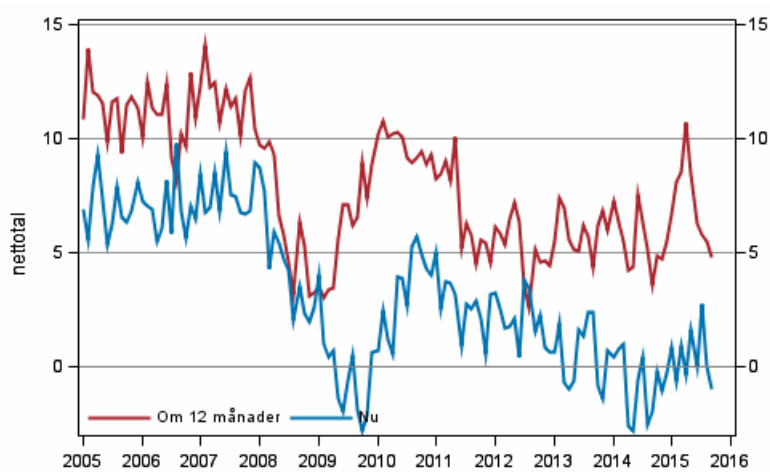
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



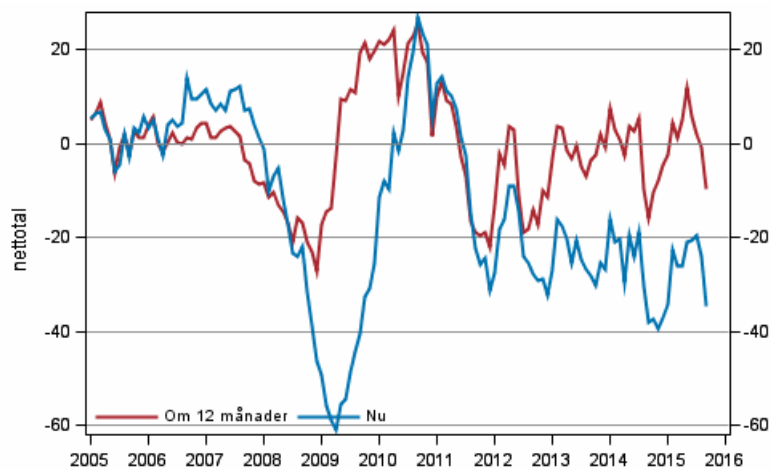
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



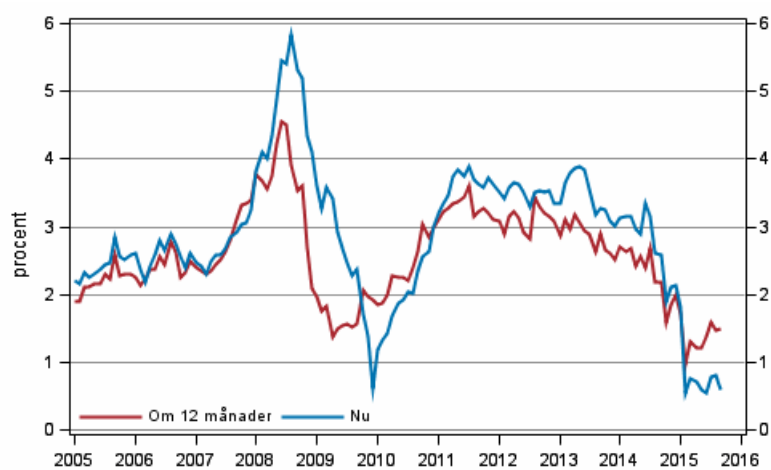
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



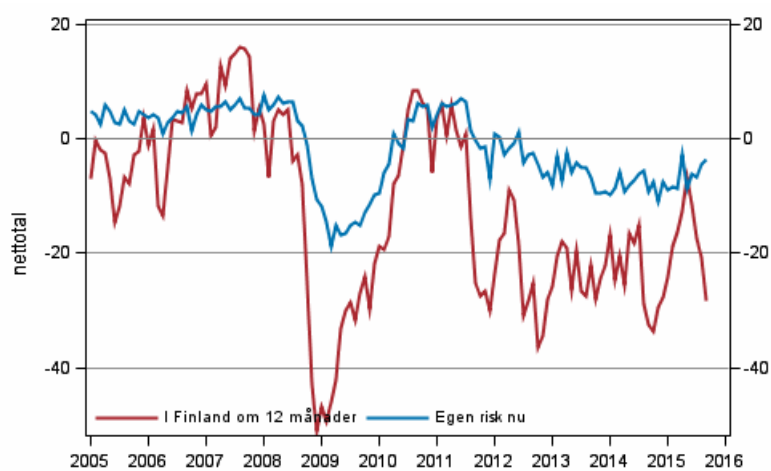
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



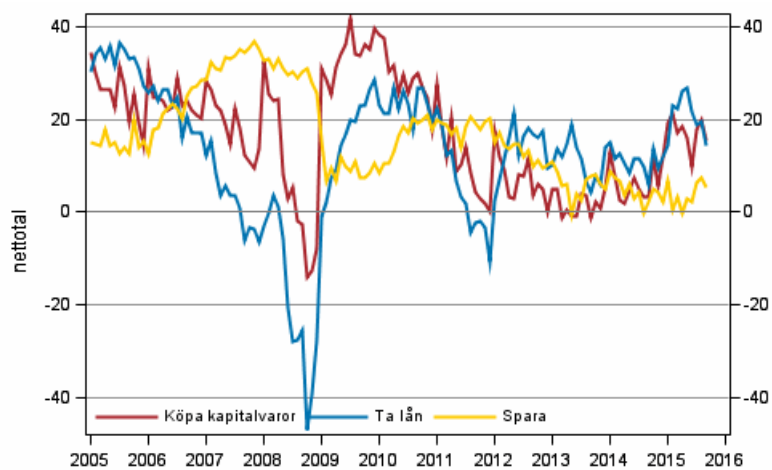
Figurbilaga 5. Inflation



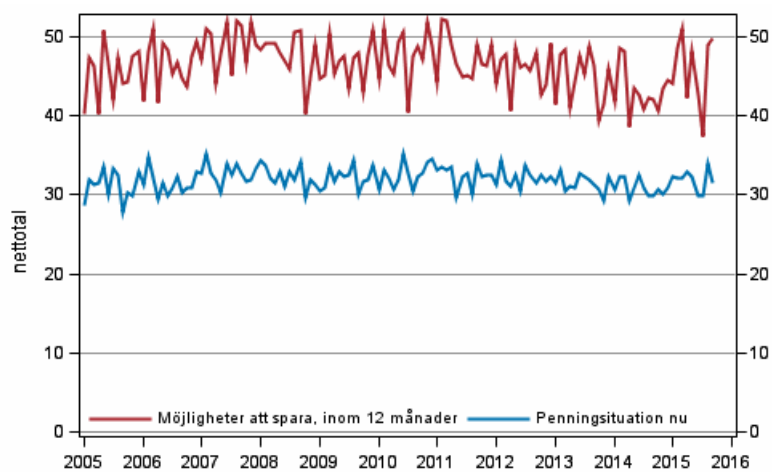
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



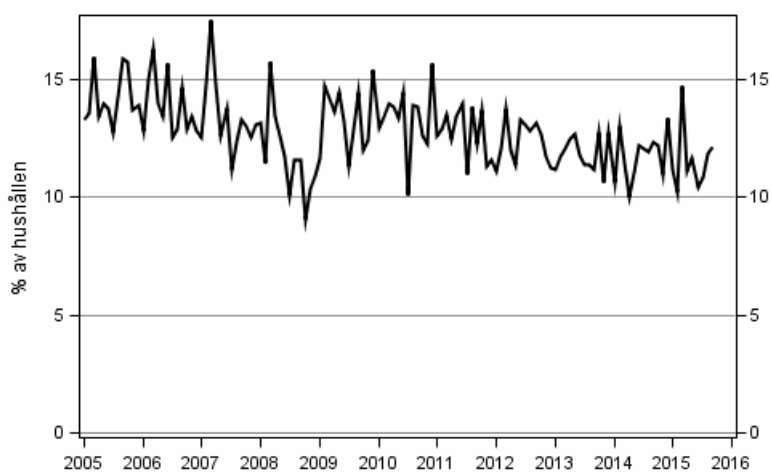
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



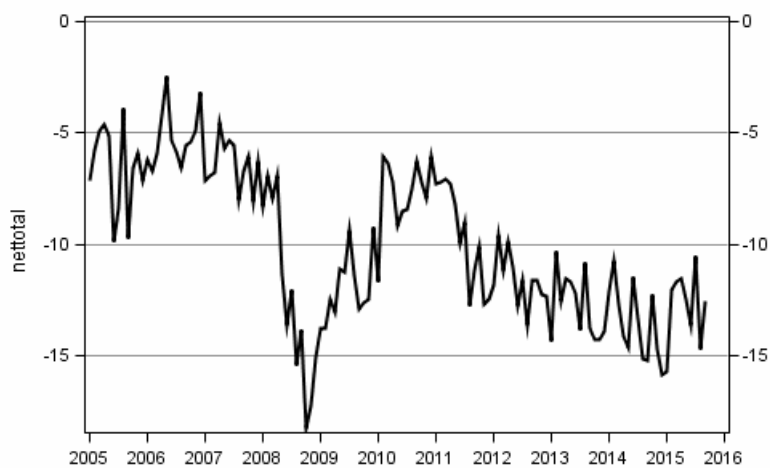
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



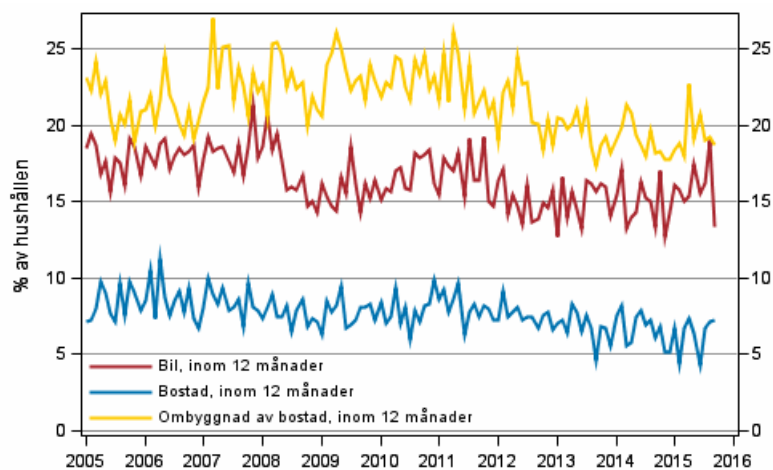
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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
www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2015, september. Statistikcentralen