

# Konsumentbarometern

2015, oktober

## Konsumenternas förtroende för den egna ekonomin försvagades i oktober

Konsumenternas förtroende för ekonomin har försvagats ytterligare. Konsumenternas förtroendeindikator var i oktober 1,3, då den i september var 4,2 och i augusti 8,3. I oktober i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 0,4. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,7. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–19 oktober 1 299 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 10/2015

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator försvagades i oktober förväntningarna på den egna ekonomin och hushållets sparmöjligheter jämfört med september. Synen på Finlands ekonomi och den allmänna arbetslösheten var oförändrade men dystra. Konsumenternas syn på den egna ekonomin var svaga i oktober och synen på de egna möjligheterna att spara var på samma nivå som långtidsmedelvärdet.

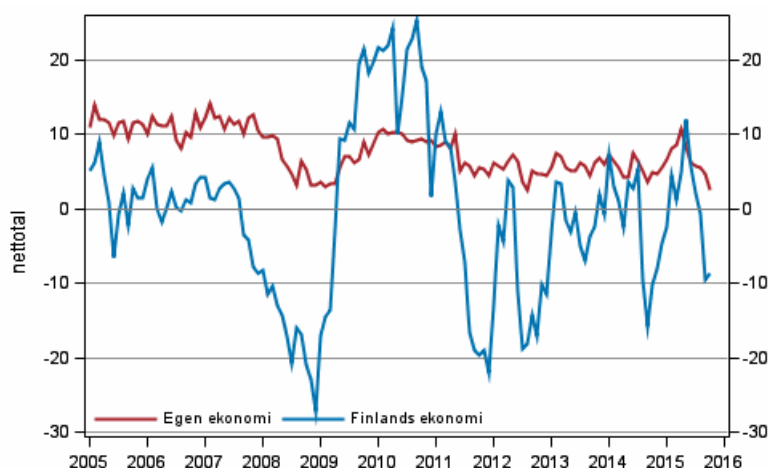
Konsumenterna ansåg i oktober att tidpunkten inte var särskilt gynnsam för att ta lån, köpa kapitalvaror och i synnerhet inte för att spara. Sysselsatta konsumenter oroade sig i oktober mera än i genomsnitt för att själva bli arbetslösa, liksom redan i september och för ett år sedan.

## Egen och Finlands ekonomi

I oktober trodde 27 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Fler konsumenter, dvs. 37 procent, bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. För ett år sedan i oktober var motsvarande andelar 21 och 35 procent.

I oktober litade 22 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 18 procent befarade att den blir sämre inom ett år. Motsvarande andelar var i september 24 och 16 procent och för ett år sedan 22 och 14 procent.

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



## Arbetslöshet och inflation

I oktober litade bara 12 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året medan 60 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. För ett år sedan var motsvarande andelar ännu mer pessimistiska, dvs. 9 och 68 procent.

Av de sysselsatta antog 12 procent i oktober att risken för arbetslösheten minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 21 procent antog att risken hade ökat. Av de sysselsatta upplevde 24 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I oktober uppskattade konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,2 procent under de följande 12 månaderna. Inflationsförväntningarna var i september 1,5 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

## Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 44 procent i oktober att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Av hushållen avsåg 16 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och bara 5 procent bostad. Nitton procent av hushållen planerade att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

## Sparande och låntagning

I oktober tyckte 50 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 62 procent sparat och 74 procent trodde att de kan spara under det följande året. Konsumenterna sparar främst för sämre tider eller för semestern. De vanligaste placeringsobjekten efter de populära tidsbundna kontona och placeringskontona är placeringsfonder.

I oktober ansåg 58 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Färre än vanligt, dvs. 11 procent av hushållen, planerade att ta lån inom ett år.

### Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I Norra Finland och i huvudstadsregionen var bilden av ekonomin i oktober ljusare än i övriga landet. Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de klart mest optimistiska. Pensionärer och arbetslösa hade den mest pessimistiska uppfattningen om den ekonomiska utvecklingen.

### Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	10/2014	09/2015	10/2015	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,7	22,9	-6,5	0,4	4,2	1,3	--
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	4,9	4,8	2,5	--
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,1	25,3	-27,1	-10,2	-9,5	-8,7	--
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,6	1,5	1,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,6	27,6	-51,1	-33,7	-28,3	-27,7	--
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,2	7,6	-18,8	-7,5	-3,7	-5,7	-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,2	41,8	-14,2	11,4	15,5	15,6	=
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,7	36,8	-19,6	5,1	5,2	2,5	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,9	42,0	-47,1	13,8	14,3	14,4	=
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,1	52,2	10,9	40,5	49,7	39,1	=

**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 4,5 miljoner personer i åldern 15–84 år och deras 2,6 miljoner hushåll i Finland. Undersökningens bruttourvalsstorlek är 2 350 personer varje månad. I oktober 2015 var bortfallet av svar 44,7 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 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 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

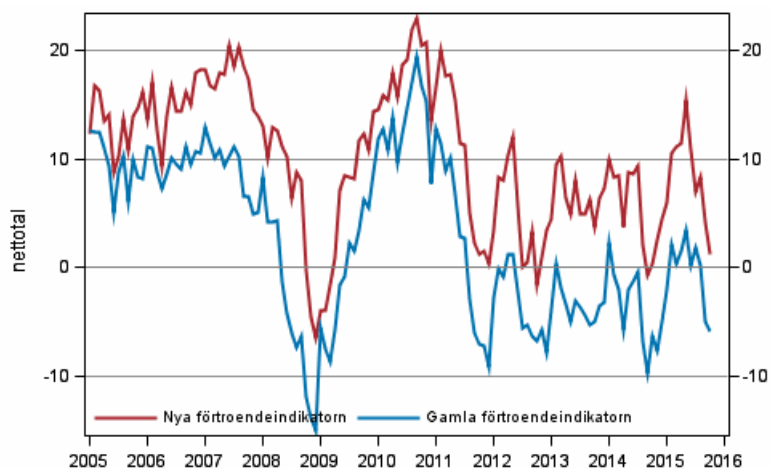
## Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	10/2014	09/2015	10/2015	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,7	22,9	-6,5	0,4	4,2	1,3	--
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,1	19,4	-15,0	-6,3	-4,9	-5,9	--
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,2	33,4	9,5	25,4	28,6	23,4	-
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,3	22,8	-39,1	-21,9	-18,9	-18,2	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,9	9,8	-4,0	-0,2	-1,0	-2,5	--
- Bättre (%)	23,4	30,6	16,5	19,8	17,7	16,5	
- Sämre (%)	16,3	22,7	11,4	20,2	19,4	19,4	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	4,9	4,8	2,5	--
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	22,4	24,1	21,8	
- Sämre (%)	11,2	17,7	6,6	14,2	15,5	17,7	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-2,9	29,5	-60,9	-37,4	-34,4	-36,4	--
- Bättre (%)	26,1	62,1	2,0	4,7	6,1	5,4	
- Sämre (%)	28,5	88,5	4,2	66,4	61,9	63,0	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,1	25,3	-27,1	-10,2	-9,5	-8,7	--
- Bättre (%)	30,8	57,3	11,6	20,6	24,4	26,7	
- Sämre (%)	23,0	57,3	6,0	35,4	36,1	36,6	
B5 Inflationen nu (procent)	2,3	5,8	-2,0	1,9	0,6	0,5	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,6	1,5	1,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,6	27,6	-51,1	-33,7	-28,3	-27,7	--
- Mindre (%)	30,1	60,8	6,4	8,6	12,2	12,1	
- Mera (%)	34,6	83,3	6,9	67,5	60,7	59,8	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,2	7,6	-18,8	-7,5	-3,7	-5,7	-
- Minskat (%)	12,9	20,0	5,3	10,7	12,0	11,7	
- Ökat (%)	17,0	31,9	7,9	23,5	18,8	21,2	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,2	41,8	-14,2	11,4	15,5	15,6	=
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,5	62,4	29,6	42,9	45,7	44,4	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,3	45,7	17,7	31,5	30,3	28,8	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,7	36,8	-19,6	5,1	5,2	2,5	-
- Bra tid (%)	58,1	80,7	33,4	53,7	53,1	50,4	
- Dålig tid (%)	36,3	58,5	15,5	42,6	42,7	44,4	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,9	42,0	-47,1	13,8	14,3	14,4	=
- Bra tid (%)	61,6	78,2	13,3	59,2	59,1	58,4	
- Dålig tid (%)	31,2	83,4	12,1	35,2	35,9	35,2	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,3	35,1	14,7	30,7	31,5	28,7	=
- Kan spara (%)	59,4	70,0	38,6	63,4	65,0	62,3	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	7,2	7,7	9,7	

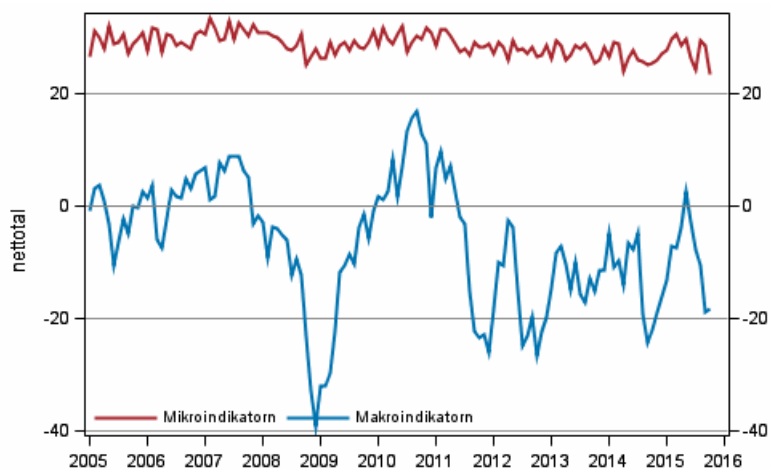
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	10/2014	09/2015	10/2015	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,1	52,2	10,9	40,5	49,7	39,1	=
- Kan spara (%)	73,8	82,3	56,6	73,9	81,4	74,2	
- Kan inte spara (%)	24,4	40,3	16,5	25,0	17,8	25,0	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,2	17,8	9,1	12,2	12,1	10,8	--
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,0	5,8	5,8	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,0	7,2	6,3	5,0	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal)	-8,8	-2,4	-18,2	-12,3	-12,5	-12,6	--
- Mera (%)	21,6	30,8	13,9	17,9	16,2	16,6	
- Mindre (%)	32,8	40,4	26,5	34,8	33,9	33,5	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	17,0	13,3	15,6	-
- Mycket sannolikt (%)	8,6	12,1	5,1	7,9	6,2	7,1	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	9,1	7,1	8,6	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	6,9	7,2	5,3	--
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	2,6	2,9	2,3	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,3	4,4	2,9	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	18,3	18,7	18,8	=
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	13,1	12,4	12,1	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	5,1	6,3	6,7	

# Figurbilagor

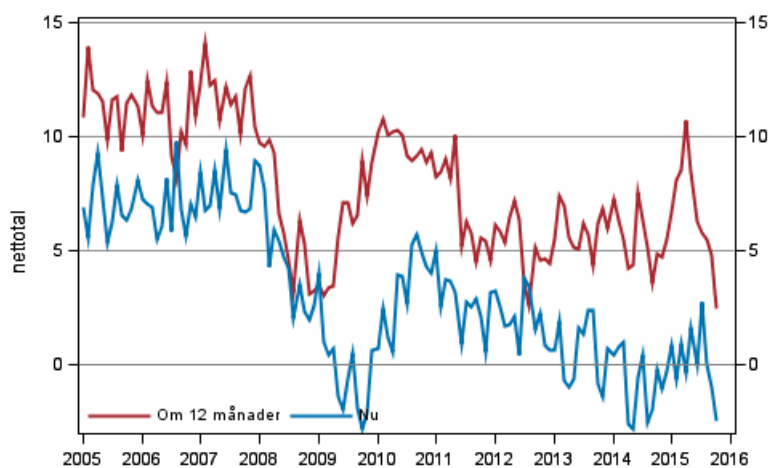
## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer

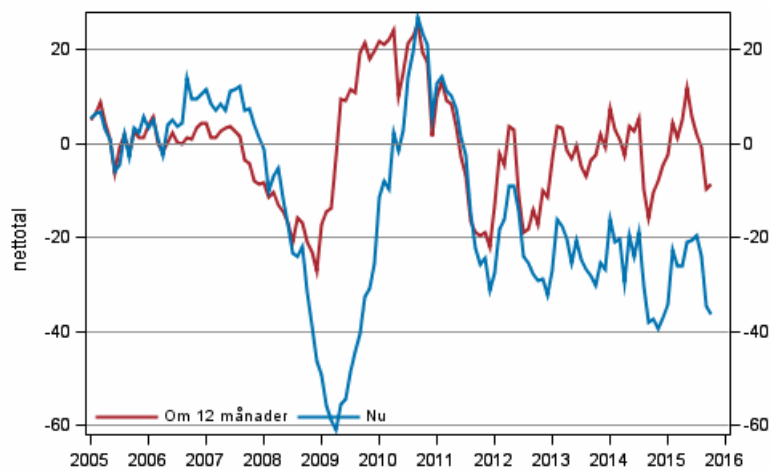


## Figurbilaga 3. Egen ekonomi

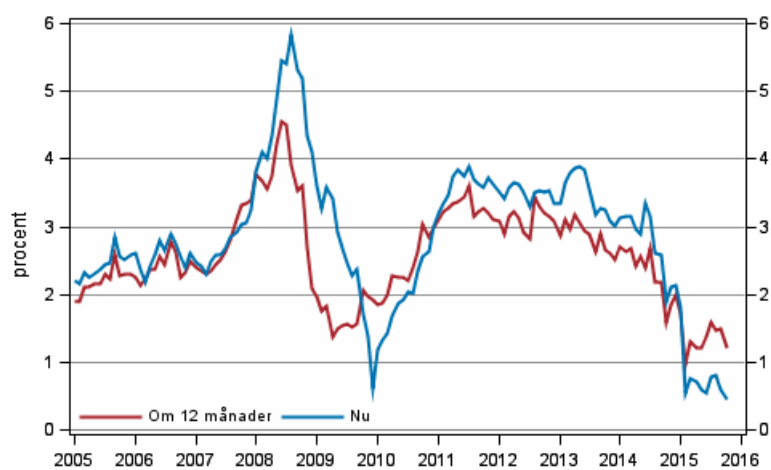




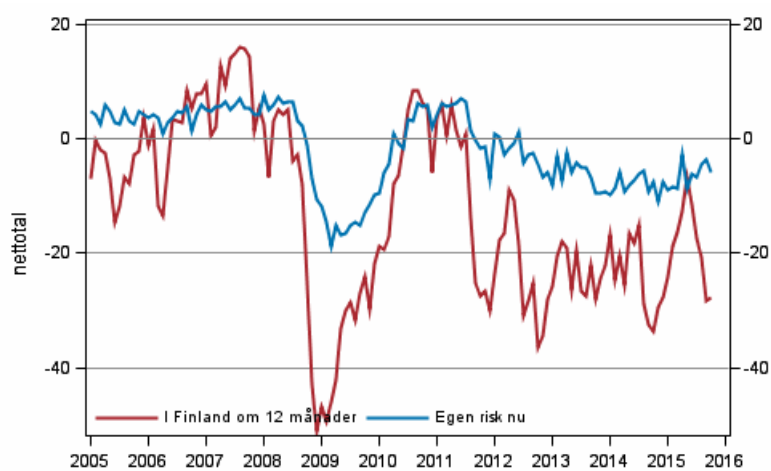
**Figurbilaga 4. Finlands ekonomi**



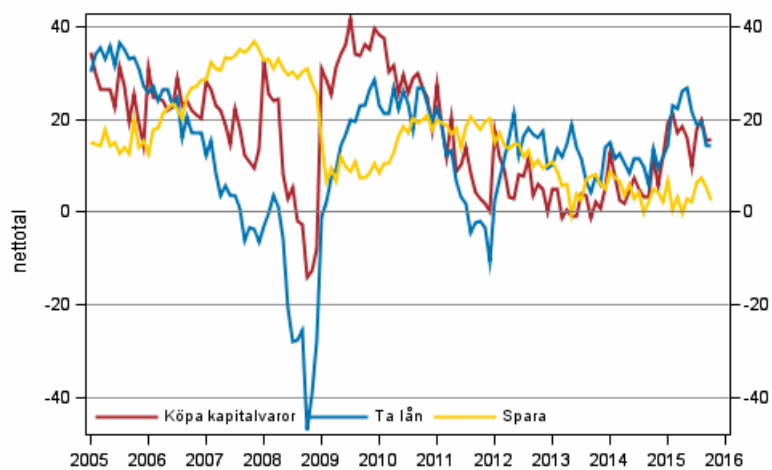
**Figurbilaga 5. Inflation**



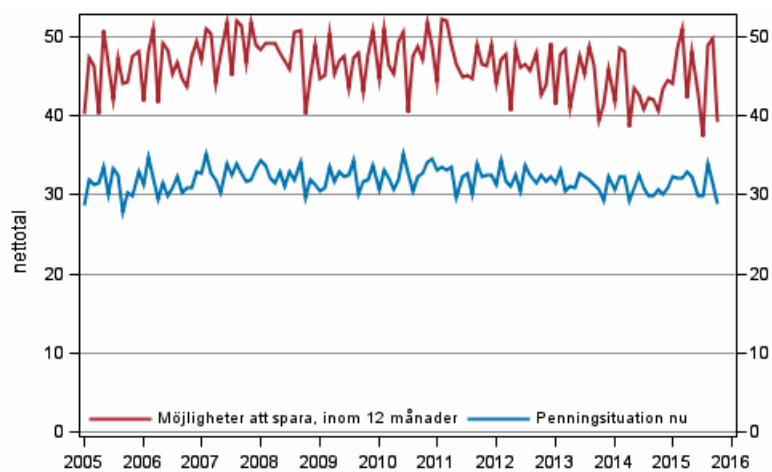
**Figurbilaga 6. Arbetslöshet**



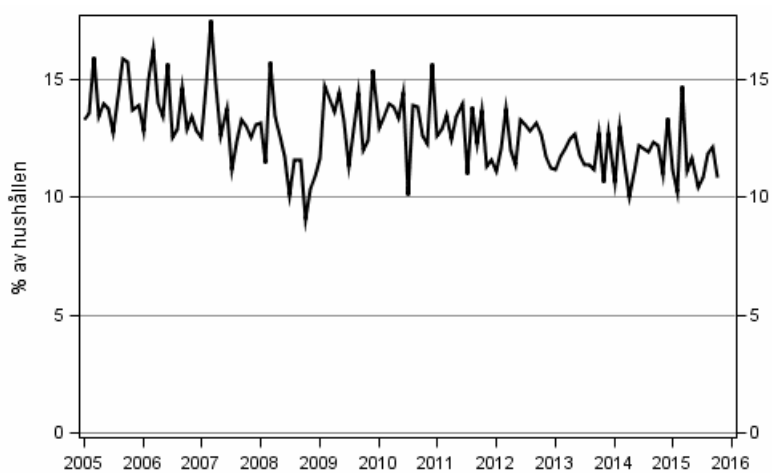
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



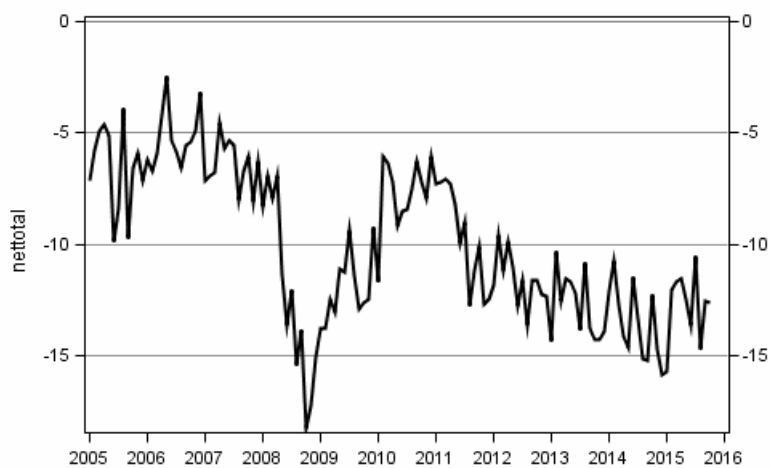
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara**



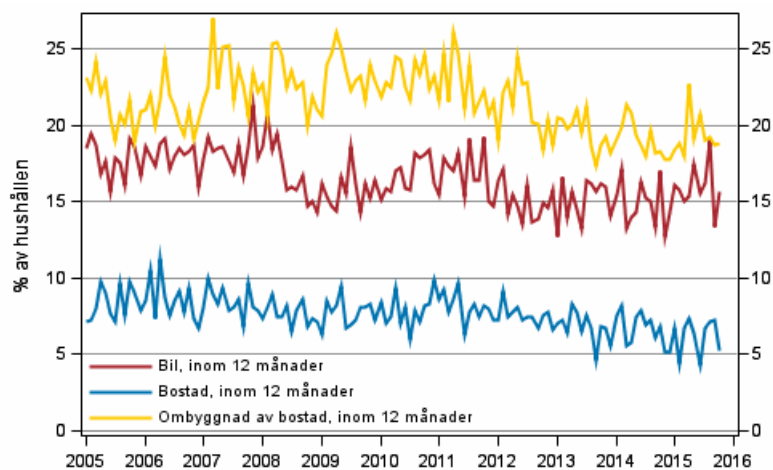
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



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



**Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa**



## Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598  
Ansvarig statistikdirektör:  
Jari Tarkoma

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

Källa: Konsumentbarometern 2015, oktober. Statistikcentralen