

Konsumentbarometern

2016, april

Konsumenternas förtroende någorlunda oförändrat i april

Konsumenternas förtroendeindikator var i april 9,8 medan den i mars var 10,4 och i februari 7,7. I april i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 11,4. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,6. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–19 april 1 255 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 04/2016

Konsumenternas förväntningar både på den egna och på Finlands ekonomi förbättrades något i april jämfört med mars. Däremot försvagades synen på den allmänna arbetslösheten och på de egna möjligheterna att spara. I april var konsumenternas syn på arbetslösheten ganska dyster och när det gäller de tre andra delfaktorerna av förtroendeindikatorn på samma nivå som långtidsmedelvärdet.

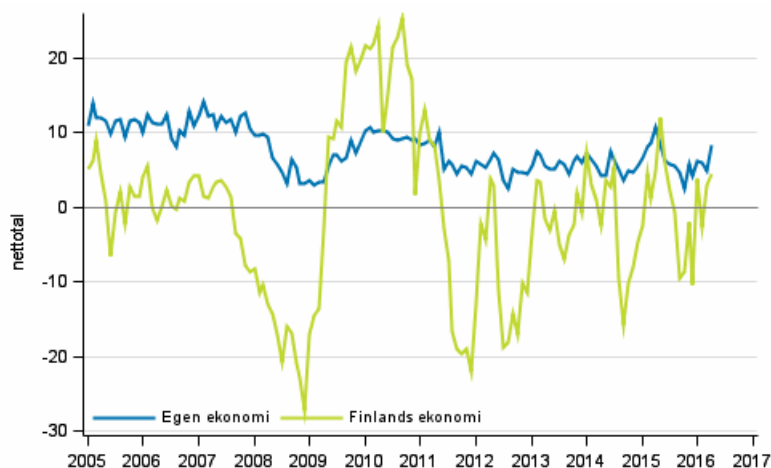
Konsumenterna ansåg i april att tidpunkten var god för att ta lån och någorlunda god för att köpa kapitalvaror, men inte för att spara. I april uppskattade sysselsatta konsumenter att risken för arbetslöshet minskat något jämfört med föregående månad.

Egen och Finlands ekonomi

I april trodde 35 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Tjugofyra procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i mars 36 och 26 procent och för ett år sedan i april 33 och 21 procent.

I april litade 28 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 15 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I mars var andelarna 24 och 15 procent och för ett år sedan 28 och 11 procent.

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



Arbetslöshet och inflation

I april litade 19 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och 46 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. En månad tidigare var andelarna 21 och 42 procent och för ett år sedan 20 och 42 procent.

Av de sysselsatta antog 15 procent i april att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 21 procent antog att risken hade ökat. Av de sysselsatta upplevde 20 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I april bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,3 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 47 procent i april att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Hushållen hade fler planer än tidigare på att skaffa olika hobby- och motionsredskap. Av hushållen avsåg 17 procent att mycket eller ganska säkert köpa bil inom ett år och 7 procent bostad. I april planerade 20 procent av hushållen att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

Sparande och låntagning

I april ansåg 50 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Sextiotre procent av hushållen hade sparat och 76 procent trodde att de kan spara under det följande året. Främst avsåg konsumenterna att spara för sämre tider eller för semesterresa. De näst vanligaste placeringsobjekten som konsumenterna planerade att placera i, efter olika bankkonton, var placeringsfonder.

I april ansåg 69 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Av hushållen planerade 13 procent att ta lån inom ett år. Planerna på att finansiera konsumtionen och resorna med lånade pengar har ökat något.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I april var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen och i Östra Finland. Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de mest optimistiska. De mest negativa synpunkterna på den ekonomiska utvecklingen hade arbetslösa och pensionärer.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2015	03/2016	04/2016	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,6	22,9	-6,5	11,4	10,4	9,8	-
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,3	14,1	2,3	10,7	5,0	8,4	=
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	3,0	25,3	-27,1	5,0	2,9	4,4	=
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,2	1,3	1,3	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	-4,1	27,6	-51,1	-12,5	-12,2	-15,4	-
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	-1,4	7,6	-18,8	-2,8	-6,9	-2,7	=
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	18,2	41,8	-14,2	18,6	21,0	19,9	=
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	10,5	36,8	-19,6	-0,1	1,7	0,6	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	17,1	42,0	-47,1	26,1	24,0	28,2	+
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,3	52,2	10,9	42,2	46,1	41,9	=

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 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.

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 uppfattningar – 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 apparater är i hushållen. I konsumentbarometern finns färdiga svarsalternativ (en kvalitativ undersökning).

De första barometerintervjuerna gjordes i november 1987. Ända till 1991 gjordes undersökningen 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 och med delfinansiering från EU-kommissionen.

Till populationen i konsumentbarometern hör 4,5 miljoner personer i åldern 15–84 år och deras 2,6 miljoner hushåll i Finland. Ett urval av 2 350 personer samplas för undersökningen för varje månad. Samma urval används också i datainsamlingen för den finländska reseundersökningen. Undersökningsområdet omfattar hela landet, och konsumentbarometerns uppgiftslämnare representerar landets befolkning ifråga om ålder, kön, bostättningsområde och modersmål.

Konsumentbarometerns intervjuer görs från Statistikcentralens telefonintervjucentral (CATI) under de två eller tre första veckorna av månaden. I april 2016 erhöles svar från 1 255 personer; därmed var bortfallet av svar 46,6 procent (inkl. övertäckning). Bortfallet omfattar förutom dem som vägrade eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunde nå.

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

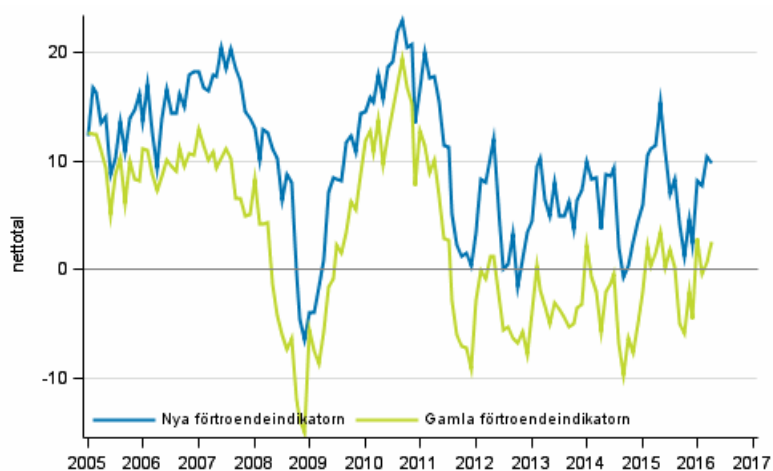
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2015	03/2016	04/2016	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,6	22,9	-6,5	11,4	10,4	9,8	-
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,0	19,4	-15,0	1,6	0,7	2,6	-
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,3	33,4	9,5	28,6	27,0	26,4	=
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,5	22,8	-39,1	-3,8	-4,7	-5,5	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,8	9,8	-4,0	-0,4	-3,5	-0,7	--
- Bättre (%)	23,3	30,6	16,4	18,1	16,4	20,1	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	18,8	21,7	20,7	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	10,7	5,0	8,4	=
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	28,4	23,6	27,8	
- Sämre (%)	11,3	17,7	6,6	11,1	15,4	14,7	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-3,4	29,5	-60,9	-26,2	-22,0	-19,0	-
- Bättre (%)	25,7	62,1	2,0	9,1	12,5	12,9	
- Sämre (%)	29,1	88,5	4,2	51,9	47,2	43,6	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,0	25,3	-27,1	5,0	2,9	4,4	=
- Bättre (%)	30,8	57,3	11,6	33,3	36,0	34,6	
- Sämre (%)	23,2	57,3	6,0	21,0	25,7	23,5	
B5 Inflationen nu (procent)	2,3	5,8	-2,0	0,7	0,2	0,5	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,2	1,3	1,3	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-4,1	27,6	-51,1	-12,5	-12,2	-15,4	-
- Mindre (%)	29,8	60,8	6,4	19,5	21,0	18,9	
- Mera (%)	35,0	83,3	6,9	41,8	41,7	45,6	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,4	7,6	-18,8	-2,8	-6,9	-2,7	=
- Minskat (%)	12,8	20,0	5,3	14,4	10,0	14,9	
- Ökat (%)	17,2	31,9	7,9	20,2	21,1	21,0	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,2	41,8	-14,2	18,6	21,0	19,9	=
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,5	62,4	29,6	47,0	46,7	46,8	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,3	45,7	17,7	28,4	25,6	26,9	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,5	36,8	-19,6	-0,1	1,7	0,6	-
- Bra tid (%)	57,9	80,7	33,4	49,5	51,4	49,7	
- Dålig tid (%)	36,5	58,5	15,5	46,1	45,2	47,0	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,1	42,0	-47,1	26,1	24,0	28,2	+
- Bra tid (%)	61,7	78,2	13,3	68,1	65,8	69,1	
- Dålig tid (%)	31,2	83,4	12,1	26,5	29,8	25,4	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,4	35,1	14,7	33,0	29,9	29,0	=
- Kan spara (%)	59,5	70,0	38,6	64,2	65,5	63,3	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	6,3	9,6	8,7	

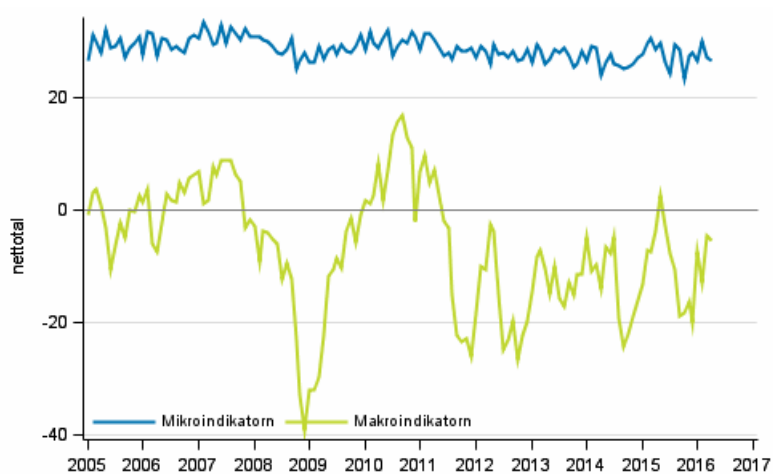
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2015	03/2016	04/2016	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,3	52,2	10,9	42,2	46,1	41,9	=
- Kan spara (%)	73,9	82,3	56,6	75,6	78,8	75,6	
- Kan inte spara (%)	24,3	40,3	16,5	23,5	20,4	24,0	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,2	17,8	9,1	11,1	12,7	13,2	=
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,8	6,0	5,8	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,0	5,4	6,6	7,4	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-11,6	-11,9	-11,7	-
- Mera (%)	21,5	30,8	13,9	17,3	17,5	17,7	
- Mindre (%)	32,8	40,4	26,5	32,2	33,2	34,3	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	15,3	15,2	16,7	=
- Mycket sannolikt (%)	8,6	12,1	5,1	8,4	6,8	7,3	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	6,9	8,4	9,4	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	7,4	5,2	6,6	-
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	3,1	2,2	2,4	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,3	2,9	4,3	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	22,7	18,9	19,7	=
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	15,6	12,4	12,9	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	7,1	6,5	6,9	

Figurbilagor

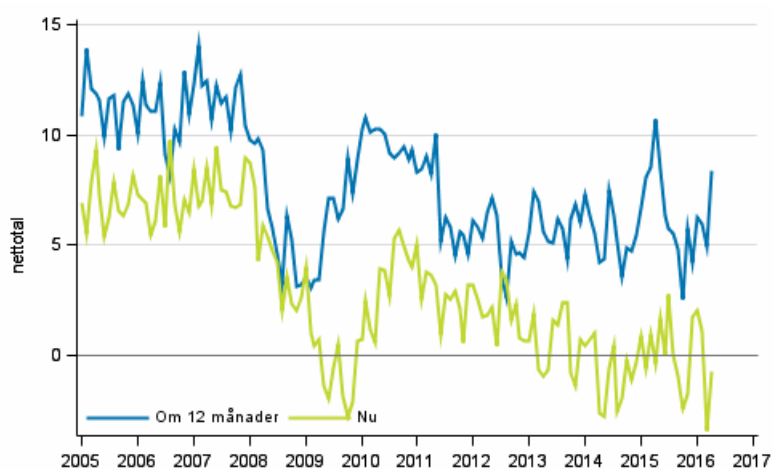
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



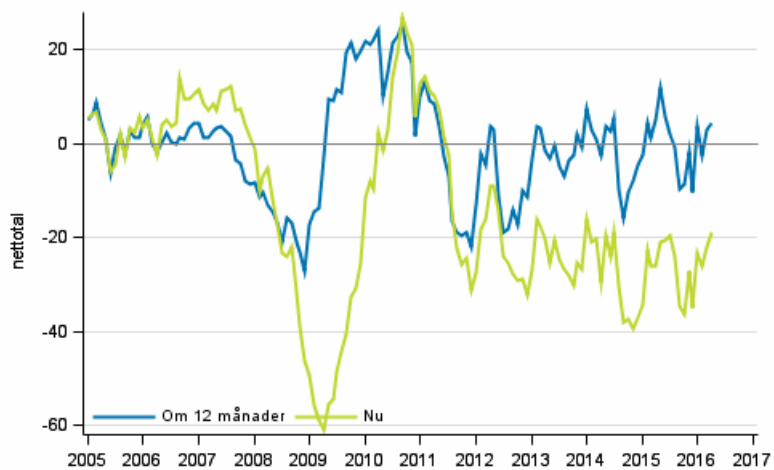
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



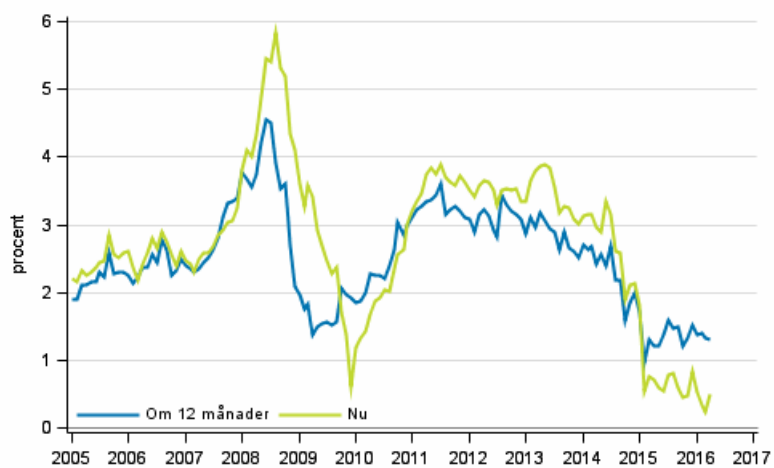
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



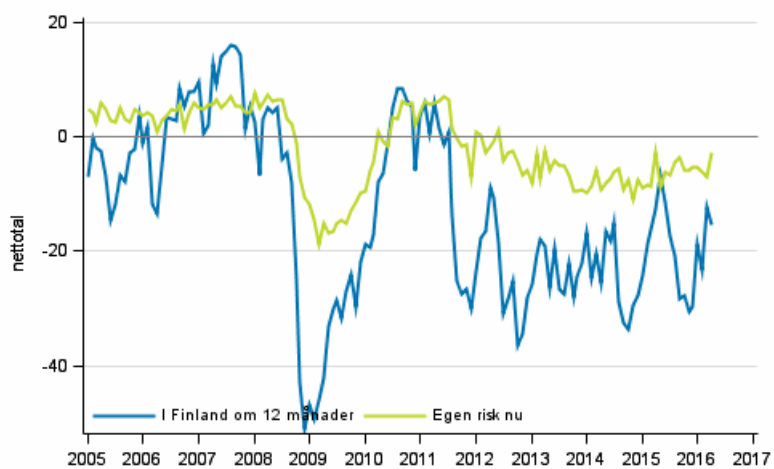
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



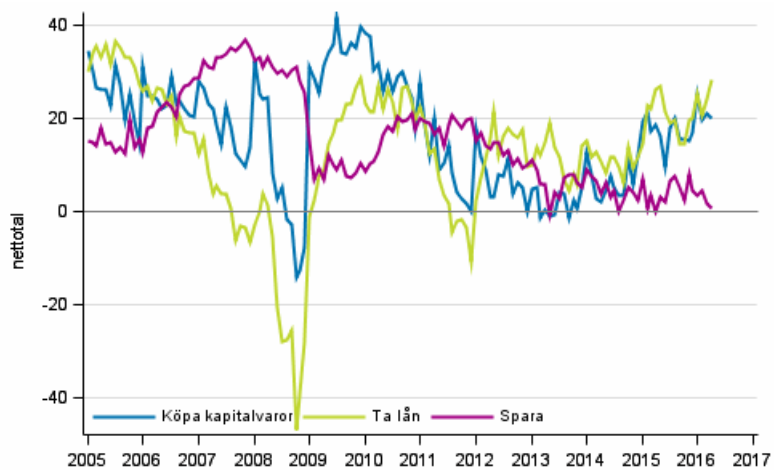
Figurbilaga 5. Inflation



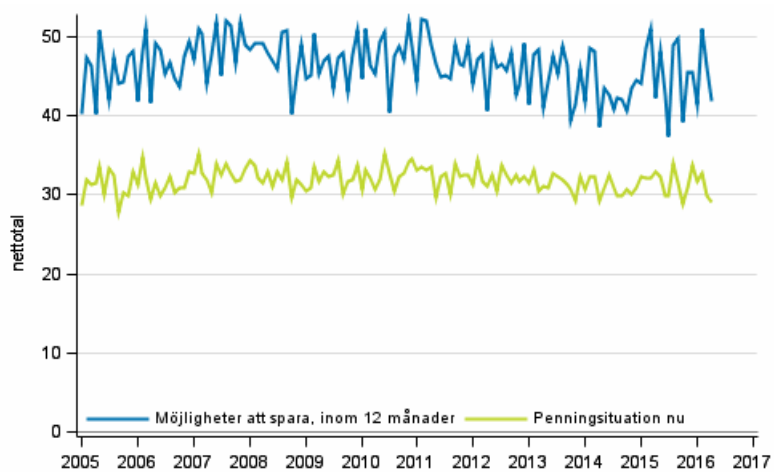
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



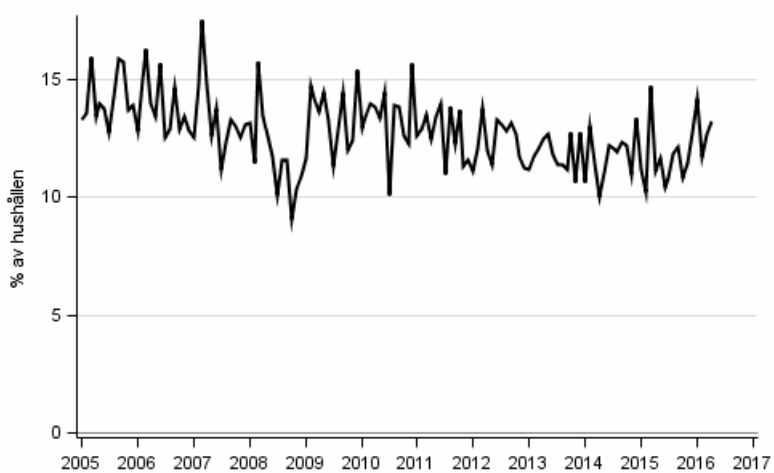
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



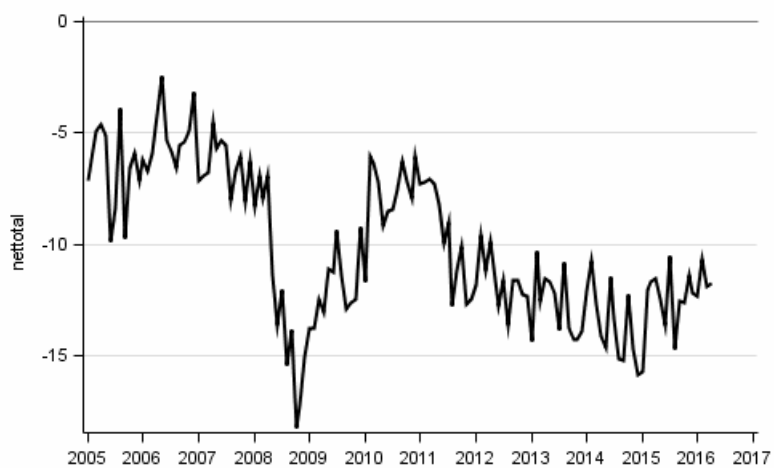
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



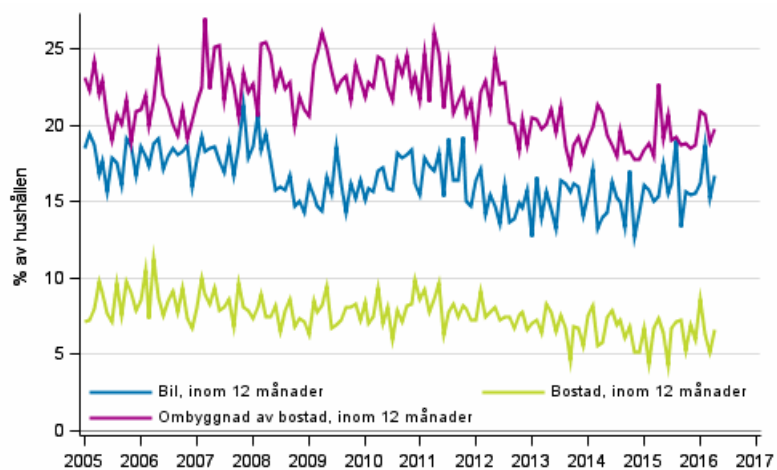
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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 3322

Ansvarig statistikdirektör:

Jari Tarkoma

konsument.barometern@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2016, april. Statistikcentralen