

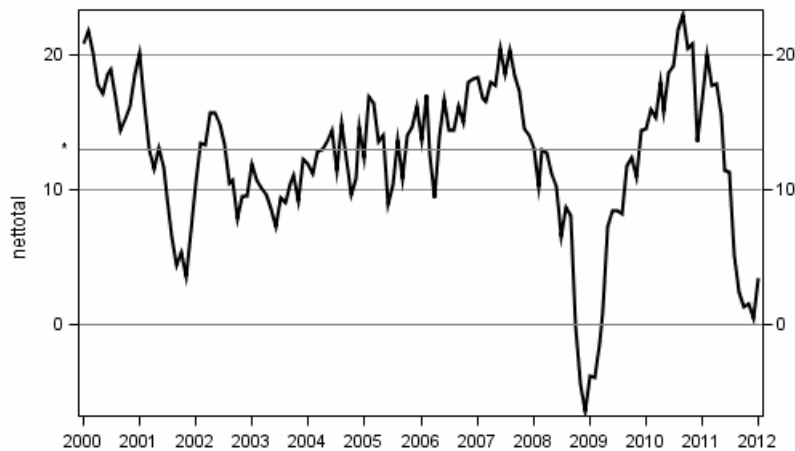
# Konsumentbarometern

2012, januari

## Konsumenternas förtroende vände svagt uppåt i januari

Konsumenternas förtroendeindikator var i januari 3,4, då den i december var 0,4 och i november 1,5. I januari i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 16,6. Indikatorns långtidsmedelvärde är 13,0. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 2–19 januari 1 532 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



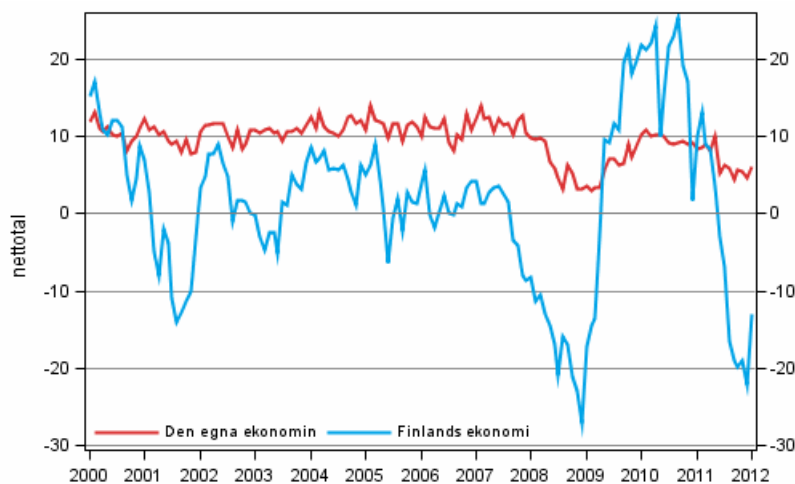
\* medeltal 10/1995 - 01/2012

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator var det bara synen på de egna möjligheterna att spara som försämrades något i januari jämfört med föregående månad. De övriga delfaktorerna förstärktes en aning. Konsumenternas förväntningar på den allmänna ekonomiska utvecklingen, dvs. Finlands ekonomi och arbetslösheten, var dock fortfarande dystra. Synen på den egna ekonomin var i januari svagare än långtidsmedelvärdet..

I januari oroade sig sysselsatta konsumenter mindre än under föregående månader för att själva råka ut för arbetslöshet. Dessutom förbättrades synen på lönsamheten att köpa kapitalvaror och ta lån klart i januari, även om det fortfarande är mest populärt att spara.

I januari trodde 21 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 42 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i december 14 och 51 procent och i januari i fjol optimistiska 40 och 18 procent. I januari litade 23 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 14 procent befarade att den blir sämre inom ett år. För ett år sedan var andelarna 26 och 12 procent.

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



Fjorton procent av konsumenterna antog i januari att arbetslösheten minskar i Finland under det följande året, medan 56 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. En månad tidigare var motsvarande andelar 11 och 63 procent och för ett år sedan 34 och 26 procent..

Fjorton procent av de sysselsatta antog i januari att risken för arbetslöshet minskat för deras egen del under de senaste månaderna och fortfarande något fler, dvs. 16 procent, bedömde att risken ökat. Dessa andelar var i december 9 och 22 procent och för ett år sedan 18 och 14 procent. I januari uppskattade 48 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet var oförändrad och 23 procent upplevde att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

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

Sextioen procent av konsumenterna ansåg i januari att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 65 procent sparat och 78 procent trodde att de kan spara under det följande året. Mest sparar konsumenterna för sämre tider. De vanligaste placeringsobjekten efter de populära tidsbundna kontona och placeringskontona är placeringsfonder och försäkringar.

I januari ansåg 50 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. För en månad sedan var motsvarande andel 40 procent och för ett år sedan 68 procent. I januari planerade färre än i genomsnitt, dvs. 11 procent av hushållen att ta lån inom ett år.

Av konsumenterna bedömde 47 procent i januari att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Motsvarande andel var i december 37 procent och för ett år sedan 51 procent. Konsumtionsplanerna var mer återhållsamma än vanligt i januari, men många hushåll planerade att använda pengar t.ex. till att resa eller reparera bostaden under de följande sex månaderna. Av hushållen avsåg 16 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och 7 procent bostad. Motsvarande andelar var i januari i fjol 15 och 9 procent.

Populationen i konsumentbarometern består av omkring 4,4 miljoner personer och 2,6 miljoner hushåll i Finland. I januari utvidgades populationen till att omfatta personer i åldern 75-84 år. Undersökningens bruttourvalsstorlek är 2 350 personer varje månad (före utvidgandet av populationen var den 2 200 personer). I januari var bortfallet av svar 34,8 procent. Bortfallet omfattar förutom dem som vägrat eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunnat nå.

### Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	01/2011	12/2011	01/2012	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	13,0	22,9	-6,5	16,6	0,4	3,4	--
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	9,0	14,1	2,3	8,3	4,6	6,1	--
B4 Finland's ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,5	25,3	-27,1	10,1	-22,0	-13,0	--
B6 Inflation om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	3,1	3,1	3,1	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	0,7	27,6	-51,1	3,8	-29,9	-23,5	--
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	1,0	7,6	-18,8	4,4	-6,9	0,9	+/-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	20,6	41,8	-14,2	27,5	-0,0	17,6	-
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,6	36,8	-19,6	19,9	20,1	15,1	+
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,6	42,0	-47,1	22,5	-10,7	2,5	-
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	37,8	52,2	10,9	44,2	48,9	44,0	+

**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 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.

Alla EU-länders (säsongrensade) barometerresultat publiceras senare 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. Finland's ekonomi .....	9
Figurbilaga 5. Inflation.....	9
Figurbilaga 6. Arbetslösheten.....	9
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att.....	10
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation.....	10
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader.....	10
Figurbilaga 10. Hushållets köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt.....	11
Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader.....	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 35 procent erhålls svar från omkring 1 500 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

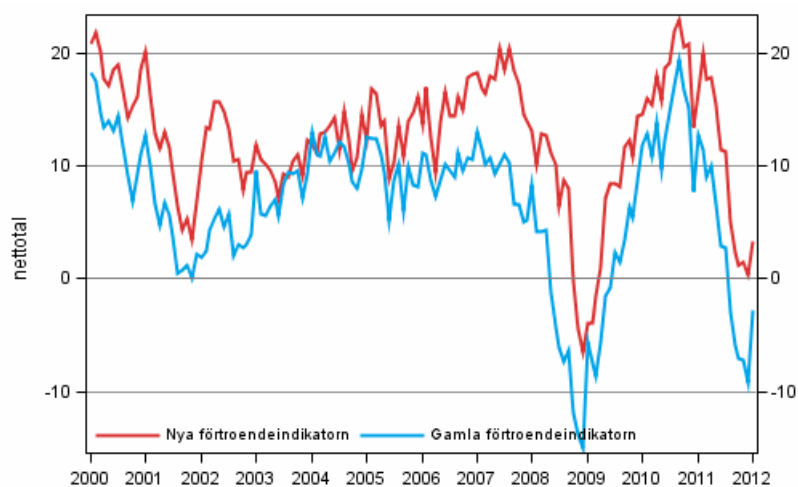
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	01/2011	12/2011	01/2012	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	13,0	22,9	-6,5	16,6	0,4	3,4	--
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	8,2	19,4	-15,0	12,7	-9,1	-2,8	--
A3 Mikroindikator = (B2+D1+D2)/3	24,8	33,4	9,5	28,6	28,7	27,1	+
A4 Makroindikator = (B4+B7)/2	2,6	22,8	-39,1	6,9	-26,0	-18,3	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,7	9,8	-4,0	5,0	3,2	3,2	-
- Bättre (%)	24,2	30,6	16,7	24,5	23,3	20,9	
- Sämre (%)	15,7	22,7	11,4	16,5	18,0	16,2	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	9,0	14,1	2,3	8,3	4,6	6,1	--
- Bättre (%)	26,2	33,4	18,2	26,1	22,3	23,0	
- Sämre (%)	10,6	17,2	6,6	12,4	14,4	13,9	
B3 Finland's ekonomi nu (nettotal)	2,2	29,5	-60,9	12,9	-31,3	-27,6	--
- Bättre (%)	29,8	62,1	2,0	47,0	6,7	6,9	
- Sämre (%)	23,2	88,5	4,2	20,2	60,8	56,8	
B4 Finland's ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,5	25,3	-27,1	10,1	-22,0	-13,0	--
- Bättre (%)	31,4	57,3	11,6	39,9	14,1	20,6	
- Sämre (%)	21,3	57,3	6,0	18,2	50,7	42,2	
B5 Inflation nu (procent)	2,3	5,8	-2,0	3,2	3,6	3,5	
B6 Inflation om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	3,1	3,1	3,1	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	0,7	27,6	-51,1	3,8	-29,9	-23,5	--
- Mindre (%)	33,7	60,8	6,4	34,4	10,6	13,6	
- Mera (%)	30,1	83,3	6,9	25,5	63,4	55,9	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	1,0	7,6	-18,8	4,4	-6,9	0,9	+/-
- Minskat (%)	13,9	20,0	5,3	17,8	8,8	13,7	
- Ökat (%)	15,0	31,9	7,9	14,2	21,7	15,5	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	20,6	41,8	-14,2	27,5	-0,0	17,6	-
- Fördelaktig tidpunkt (%)	45,5	62,4	29,6	50,8	36,6	46,7	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	24,9	45,7	17,7	23,3	36,6	29,1	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,6	36,8	-19,6	19,9	20,1	15,1	+
- Bra tid (%)	58,9	80,7	33,4	65,7	64,8	60,8	
- Dålig tid (%)	35,2	58,5	15,5	29,7	31,6	34,1	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,6	42,0	-47,1	22,5	-10,7	2,5	-
- Bra tid (%)	62,3	78,2	13,3	67,7	40,4	50,0	
- Dålig tid (%)	30,3	83,4	12,1	27,0	55,1	44,0	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	27,5	35,1	14,7	33,2	32,5	31,2	+
- Kan spara (%)	58,2	70,0	38,6	67,0	66,3	64,8	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	5,9	6,1	6,6	

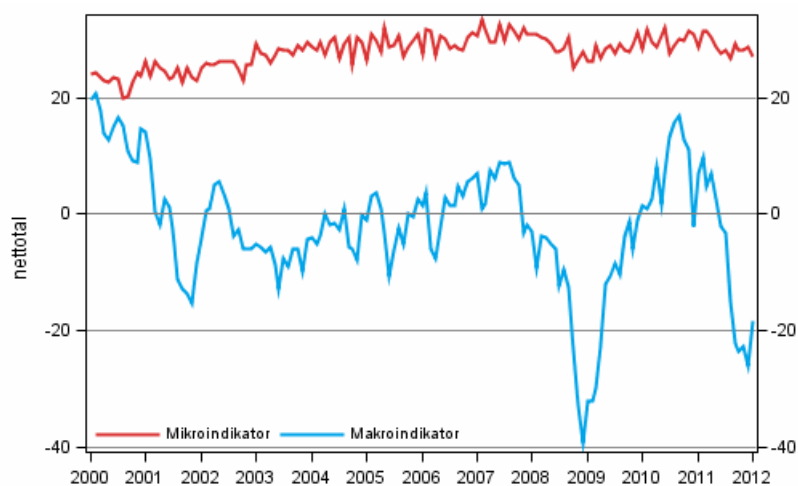
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	01/2011	12/2011	01/2012	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	37,8	52,2	10,9	44,2	48,9	44,0	+
- Kan spara (%)	72,9	82,3	56,6	77,8	80,9	77,6	
- Kan inte spara (%)	25,1	40,3	16,5	21,7	18,1	21,1	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,5	17,8	9,1	12,6	11,6	11,1	--
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,6	5,2	5,1	
- Eventuellt (%)	7,8	11,4	5,2	7,0	6,4	6,0	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-7,9	-2,4	-18,2	-7,3	-12,5	-11,8	--
- Mera (%)	22,7	30,8	14,3	20,1	17,4	16,2	
- Mindre (%)	32,4	40,4	26,5	29,6	34,4	32,2	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,5	21,7	14,2	15,4	14,8	16,3	-
- Mycket sannolikt (%)	9,0	12,1	6,3	7,5	6,6	7,3	
- Ganska sannolikt (%)	8,4	10,4	6,2	7,9	8,1	9,0	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	8,6	7,3	7,3	+/-
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	3,7	3,3	2,8	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,9	4,0	4,5	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,5	27,0	9,8	21,6	21,6	19,0	+/-
- Mycket sannolikt (%)	12,1	19,0	5,0	13,5	13,9	13,4	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	8,1	7,6	5,5	

# Figurbilagor

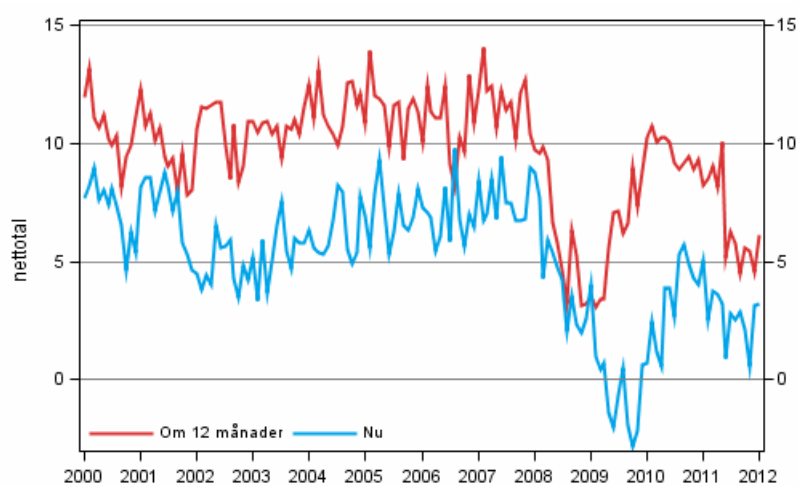
## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer

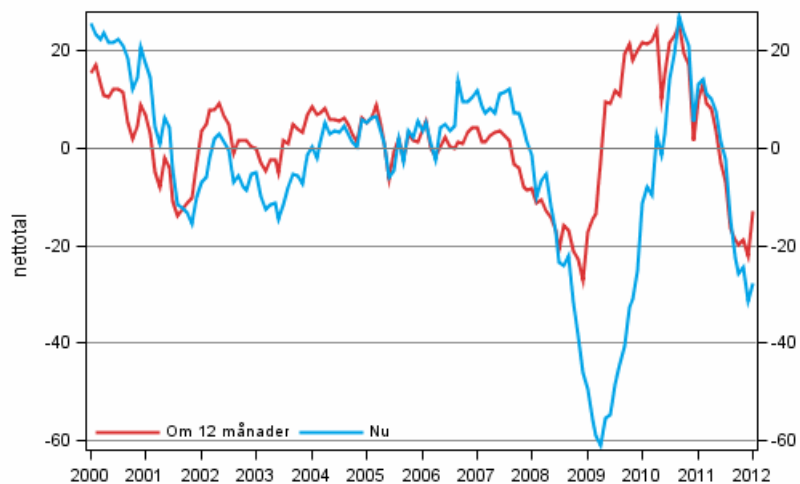


## Figurbilaga 3. Egen ekonomi

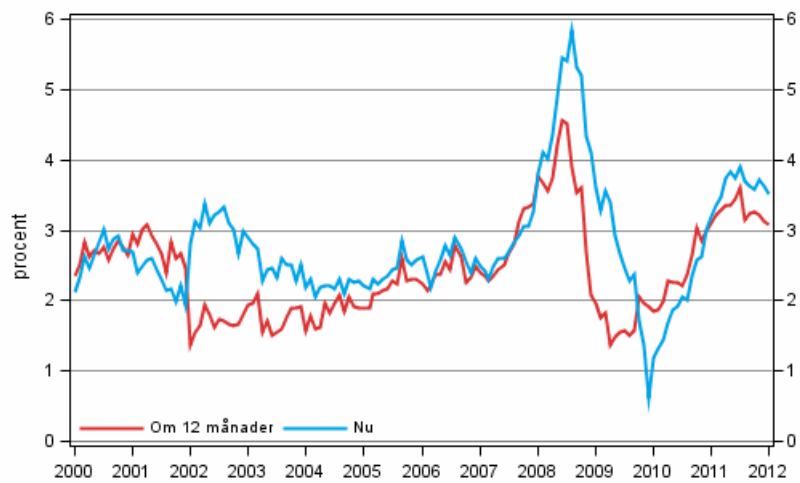




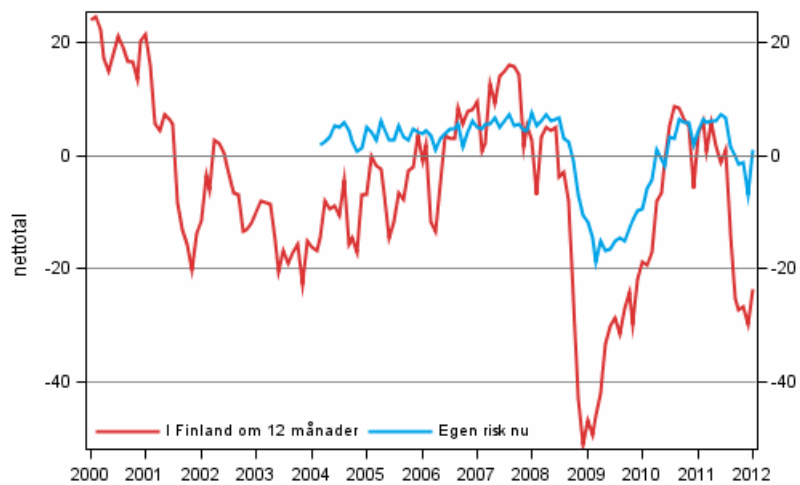
**Figurbilaga 4. Finland's ekonomi**



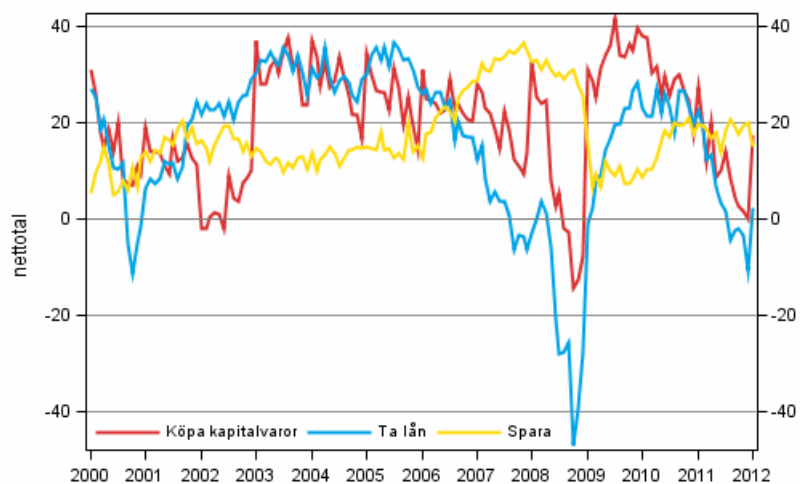
**Figurbilaga 5. Inflation**



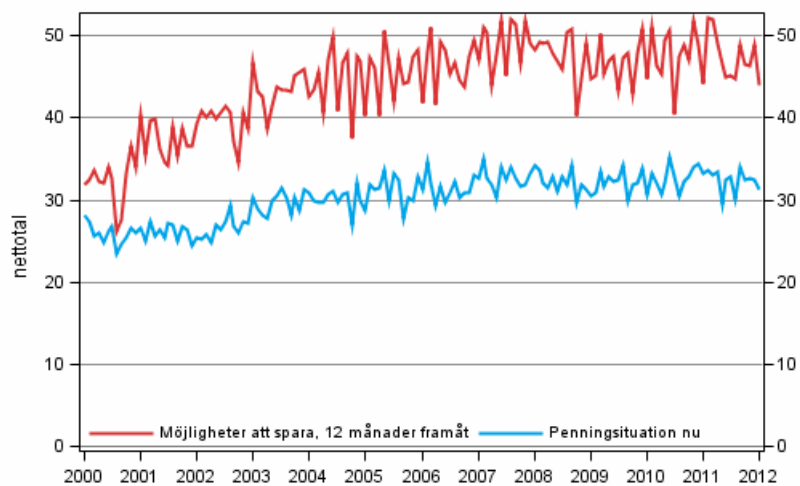
**Figurbilaga 6. Arbetslösheten**



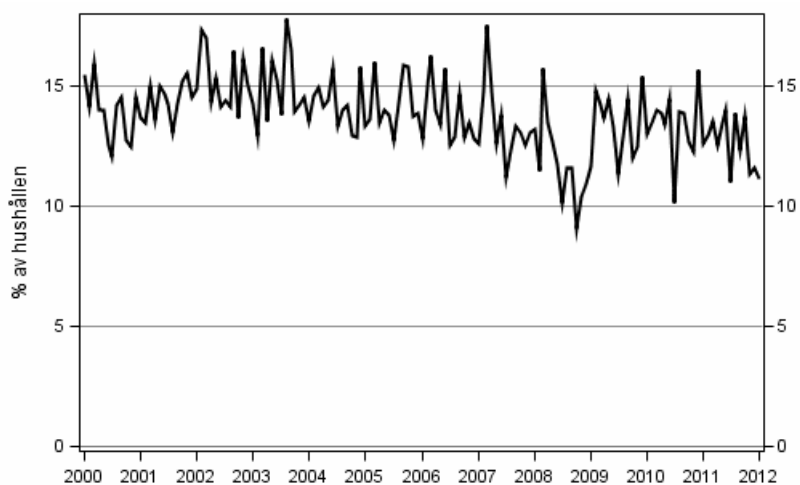
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



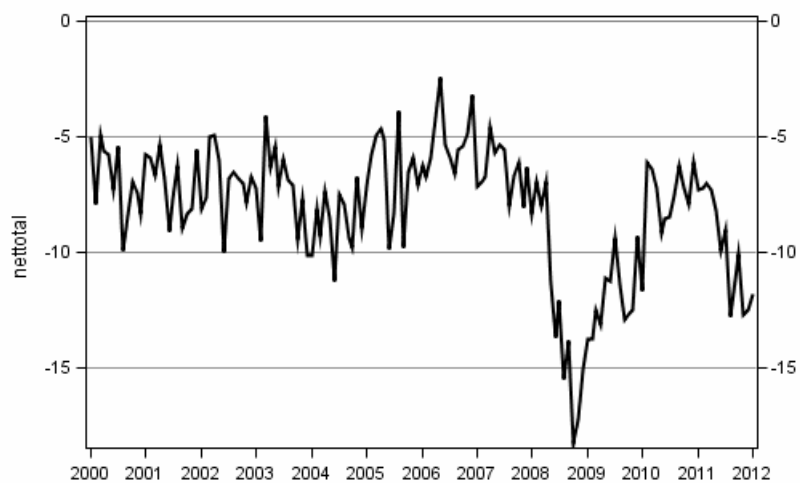
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation**



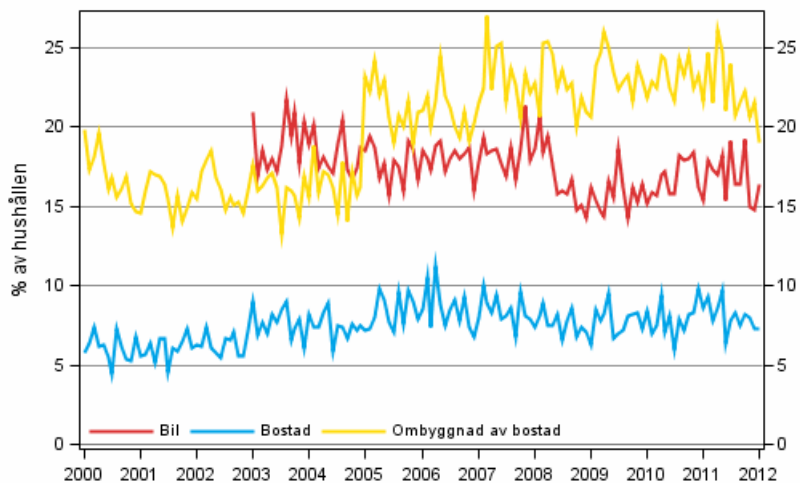
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



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



**Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader**



## Förfrågningar

Pertti Kangassalo (09) 1734 3598

Tara Junes (09) 1734 3503

Ansvarig statistikdirektör:

Riitta Harala

[kuluttaja.barometri@stat.fi](mailto:kuluttaja.barometri@stat.fi)

[www.stat.fi](http://www.stat.fi)

Källa: Konsumentbarometern 2012, januari. Statistikcentralen