

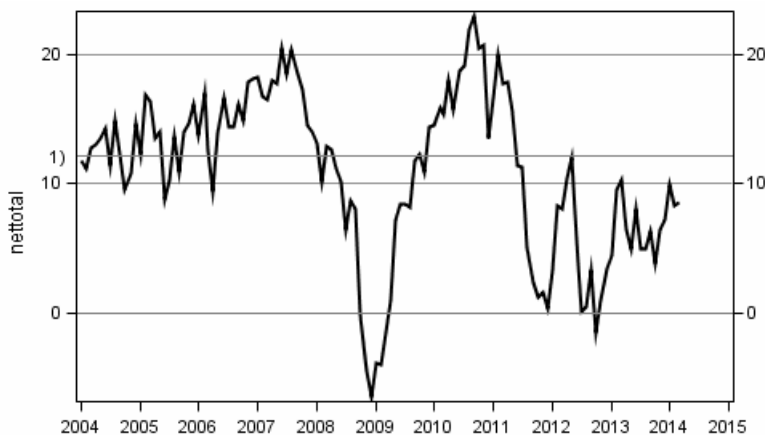
Konsumentbarometern

2014, mars

Konsumenternas syn på ekonomin oförändrad i mars

Konsumenternas förtroendeindikator var i mars 8,5 medan den i februari var 8,3 och i januari 9,9. I mars i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 10,2. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,2. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 3–19 mars 1 365 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 03/2014

När det gäller de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator kunde man notera bara små förändringar i respektive delfaktor från februari till mars. Synen på utvecklingen av den egna ekonomin och Finlands ekonomi var försiktiga och förväntningarna på arbetslösheten var fortfarande dystra. Däremot var synen på de egna möjligheterna att spara fortfarande bra.

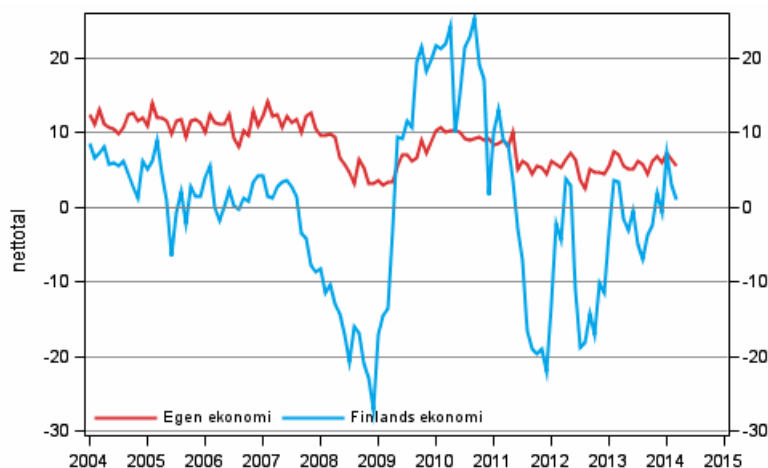
Konsumenterna ansåg i mars att tidpunkten fortfarande var mer gynnsam för att ta lån än för att spara eller minst av allt köpa kapitalvaror.

Egen och Finlands ekonomi

I mars trodde 31 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland förbättras under det följande året. Av konsumenterna bedömde 26 procent för sin del att landets ekonomi försämras.

I mars litade 23 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 13 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 mars uppskattade 51 procent av konsumenterna att arbetslösheten ökar under det följande året och 14 procent trodde att arbetslösheten minskar. I februari var motsvarande andelar 56 och 13 procent.

Av de sysselsatta antog 21 procent i mars att risken för arbetslöshet ökat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 10 procent bedömde att risken minskat. Av de sysselsatta uppskattade 45 procent att risken för arbetslöshet var oförändrad och 24 procent upplevde att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I mars bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,7 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,3 procent.

Köp av kapitalvaror

I mars ansåg 37 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Av hushållen avsåg 13 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och bara 6 procent bostad. Detta är färre än tidigare. Av hushållen planerade 21 procent att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

Sparande och låntagning

I mars bedömde 55 procent av konsumenterna att tidpunkten att spara är god. Av hushållen hade 66 procent sparat och 80 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I mars uppskattade 58 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Av hushållen planerade 12 procent att ta lån inom ett år.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	03/2013	02/2014	03/2014	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,2	22,9	-6,5	10,2	8,3	8,5	-
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,6	14,1	2,3	7,0	6,4	5,5	--
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,5	25,3	-27,1	3,5	2,9	1,0	=
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,3	4,6	0,6	3,0	2,6	2,7	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-2,1	27,6	-51,1	-17,8	-24,6	-20,5	--
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,3	7,6	-18,8	-7,2	-8,5	-5,9	-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,7	41,8	-14,2	-1,3	7,8	2,7	--
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,3	36,8	-19,6	5,7	7,5	6,6	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,0	42,0	-47,1	12,0	11,5	12,6	-
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	38,7	52,2	10,9	48,3	48,6	48,2	+

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.

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. Populationen utvidgades i januari 2012 till att omfatta personer i åldern 75–84 år. Undersökningens bruttourvalsstorlek är 2 350 personer varje månad (tidigare 2 200 personer).

I mars var bortfallet av svar 41,9 procent. Bortfallet omfattar förutom dem som vägrat eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunnat nå.

Förtroendeindikatorns värde uppskattas ha försämrats med drygt en enhet fr.o.m. januari 2012 sedan populationen utvidgades till att omfatta 75–84-åringar. Framst har detta berott på att nettotalet för en delfaktor, dvs. hushållets möjligheter att spara, sjunkit. Utvidgningen av populationen har dessutom inverkat något på resultaten om hemelektronik i hushållen.

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 makroindikatorerna.....	8
Figurbilaga 3. Egen ekonomi.....	8
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi	9
Figurbilaga 5. Inflationen.....	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. 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 konsumentbarometerens 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.

Konsumentbarometerens 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.

Konsumentbarometerens intervjuer görs från Statistikcentralens telefonintervjucentral, dvs. CATI-centralen under de två–tre första veckorna varje månad. Undersökningsområdet omfattar hela landet, och konsumentbarometerens 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

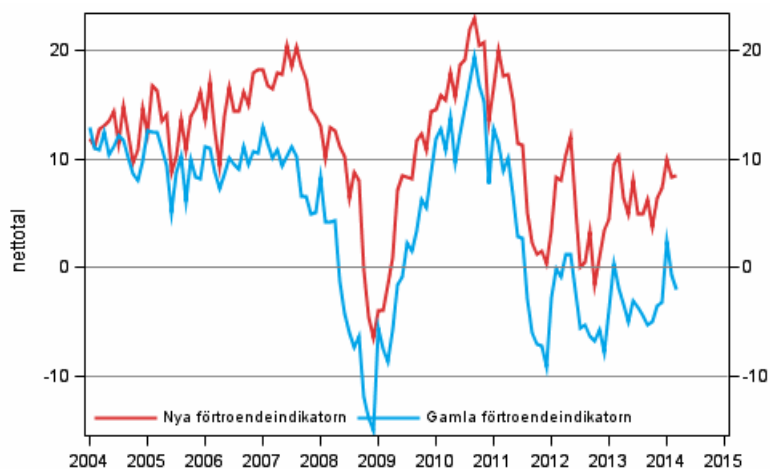
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	03/2013	02/2014	03/2014	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,2	22,9	-6,5	10,2	8,3	8,5	-
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,9	19,4	-15,0	-1,8	-0,7	-2,0	--
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,1	33,4	9,5	28,6	29,1	28,6	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	0,7	22,8	-39,1	-7,2	-10,8	-9,8	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,3	9,8	-4,0	-0,7	0,7	1,0	--
- Bättre (%)	23,8	30,6	16,7	19,1	18,2	18,4	
- Sämre (%)	16,1	22,7	11,4	20,6	17,2	16,1	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,6	14,1	2,3	7,0	6,4	5,5	--
- Bättre (%)	25,8	33,4	18,2	24,8	23,0	22,8	
- Sämre (%)	11,0	17,2	6,6	13,5	12,5	13,0	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-0,7	29,5	-60,9	-17,4	-21,0	-20,4	--
- Bättre (%)	27,6	62,1	2,0	12,9	12,6	11,2	
- Sämre (%)	26,2	88,5	4,2	42,3	46,6	45,0	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,5	25,3	-27,1	3,5	2,9	1,0	=
- Bättre (%)	30,9	57,3	11,6	33,4	33,2	31,3	
- Sämre (%)	22,5	57,3	6,0	24,1	25,1	26,4	
B5 Inflationen nu (procent)	2,4	5,8	-2,0	3,8	3,1	3,1	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,3	4,6	0,6	3,0	2,6	2,7	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-2,1	27,6	-51,1	-17,8	-24,6	-20,5	--
- Mindre (%)	31,4	60,8	6,4	16,6	12,7	13,8	
- Mera (%)	33,0	83,3	6,9	48,4	56,2	50,7	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,3	7,6	-18,8	-7,2	-8,5	-5,9	-
- Minskat (%)	13,2	20,0	5,3	10,3	9,6	10,3	
- Ökat (%)	16,1	31,9	7,9	22,4	24,2	20,6	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,7	41,8	-14,2	-1,3	7,8	2,7	--
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	35,0	39,8	36,6	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	25,9	45,7	17,7	36,4	32,0	33,9	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,3	36,8	-19,6	5,7	7,5	6,6	-
- Bra tid (%)	58,6	80,7	33,4	53,9	54,9	54,7	
- Dålig tid (%)	35,7	58,5	15,5	41,6	39,9	41,3	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,0	42,0	-47,1	12,0	11,5	12,6	-
- Bra tid (%)	61,8	78,2	13,3	57,2	56,8	57,6	
- Dålig tid (%)	30,9	83,4	12,1	35,9	37,6	36,0	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,0	35,1	14,7	30,4	32,3	32,3	+
- Kan spara (%)	59,0	70,0	38,6	63,1	65,2	66,0	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	7,6	7,3	6,9	

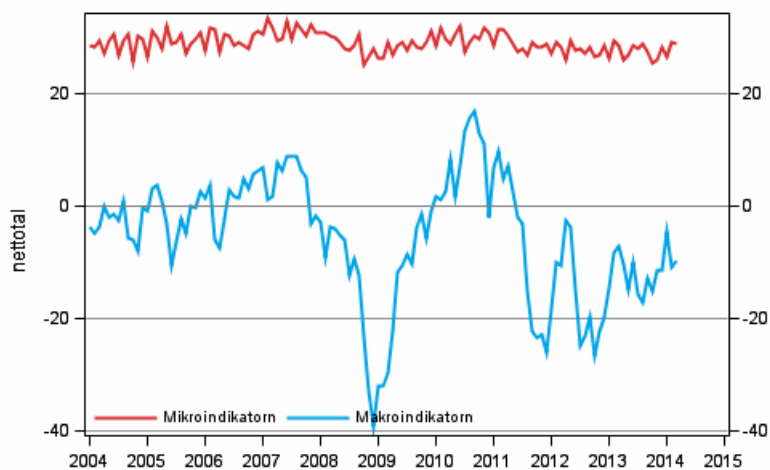
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	03/2013	02/2014	03/2014	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	38,7	52,2	10,9	48,3	48,6	48,2	+
- Kan spara (%)	73,5	82,3	56,6	79,5	80,1	79,9	
- Kan inte spara (%)	24,6	40,3	16,5	19,1	18,6	18,8	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,3	17,8	9,1	12,1	13,0	11,5	--
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	4,6	5,8	5,1	
- Eventuellt (%)	7,7	11,4	5,2	7,4	7,2	6,4	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal)	-8,4	-2,4	-18,2	-12,6	-10,7	-12,7	--
- Mera (%)	22,1	30,8	14,3	15,7	16,6	15,9	
- Mindre (%)	32,6	40,4	26,5	33,3	30,8	34,2	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,0	21,7	12,7	13,9	17,1	13,3	--
- Mycket sannolikt (%)	8,7	12,1	5,9	6,8	7,8	7,2	
- Ganska sannolikt (%)	8,3	10,4	5,3	7,1	9,3	6,1	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	6,4	8,2	5,6	--
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	2,9	3,0	2,2	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	3,5	5,2	3,4	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	19,7	19,9	21,3	+
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	13,3	13,5	14,0	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,4	6,3	7,3	

Figurbilagor

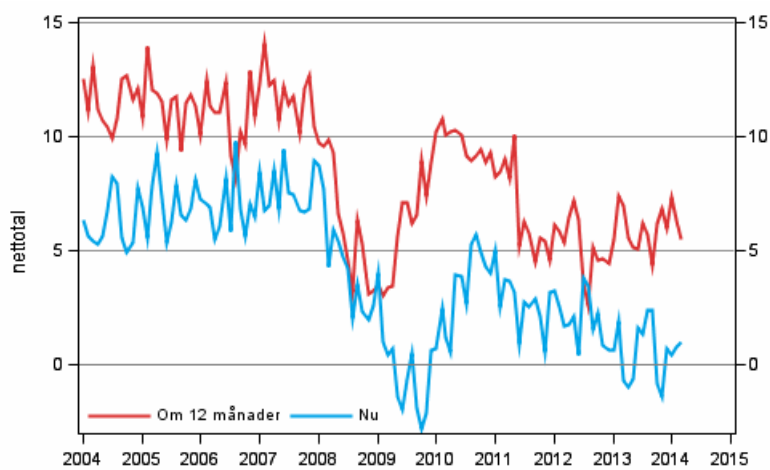
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



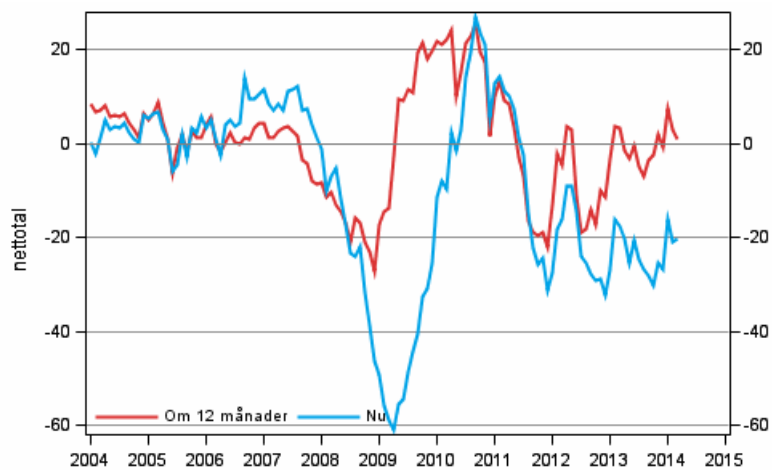
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna



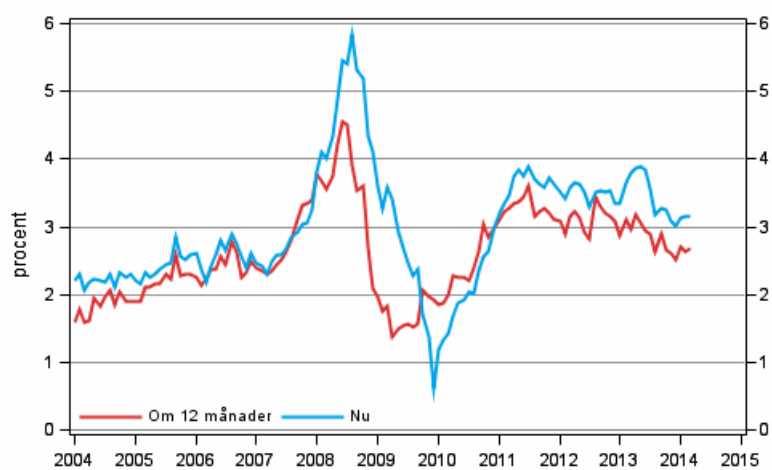
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



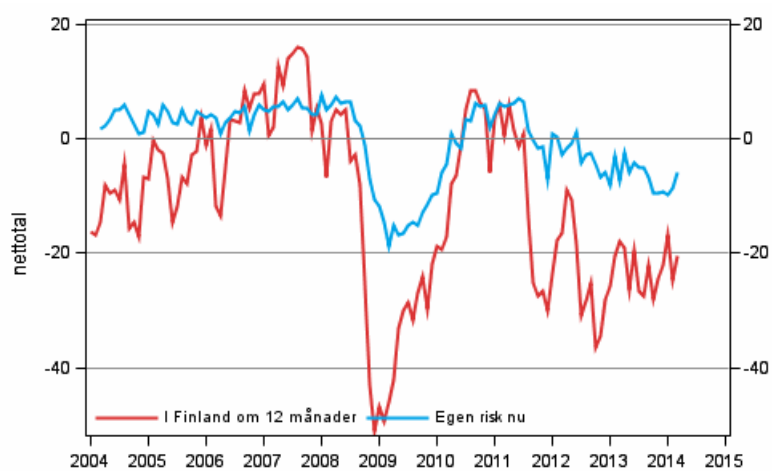
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



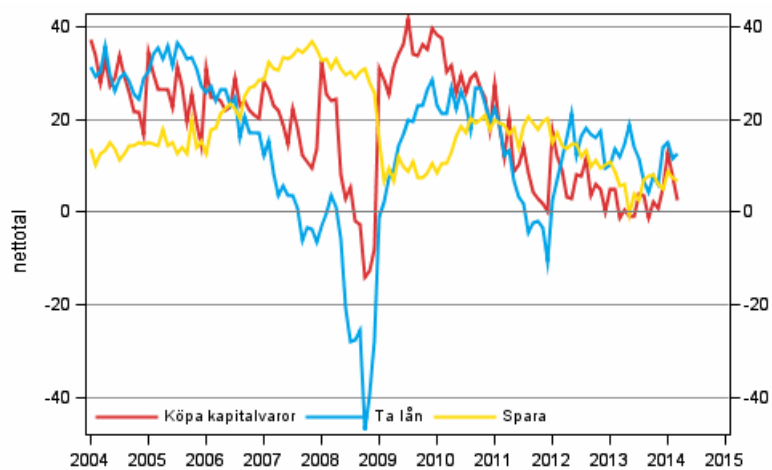
Figurbilaga 5. Inflationen



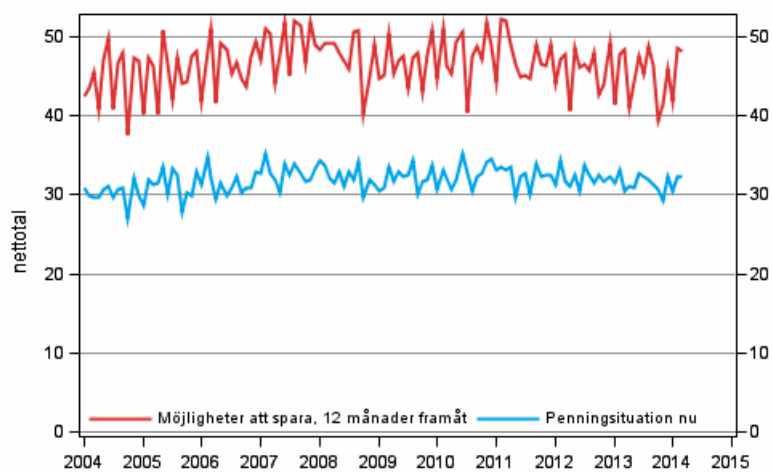
Figurbilaga 6. Arbetslösheten



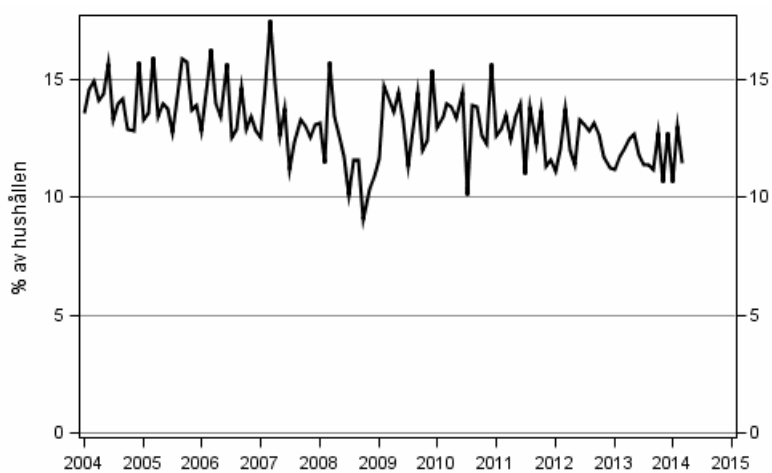
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



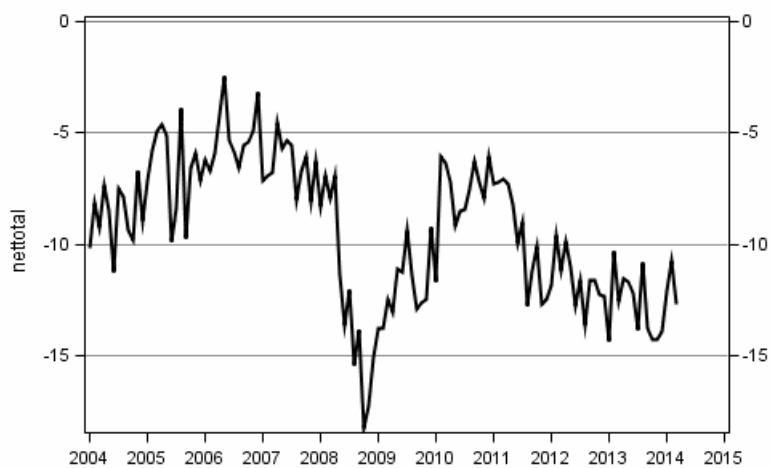
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation



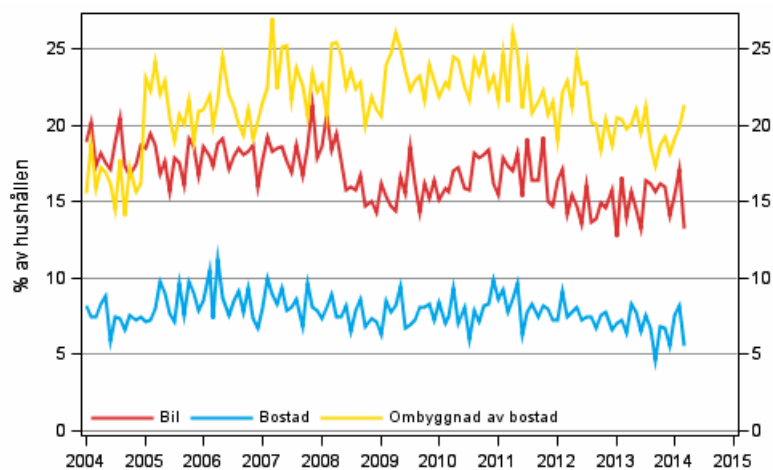
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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



Figurbilaga 11. Hushålllets avsikter att köpa, inom 12 månader



Förfrågningar

Pertti Kangassalo 09 1734 3598

Tara Junes 09 1734 3503

Ansvarig statistikdirektör:

Riitta Harala

konsument.barometern@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2014, mars. Statistikcentralen