

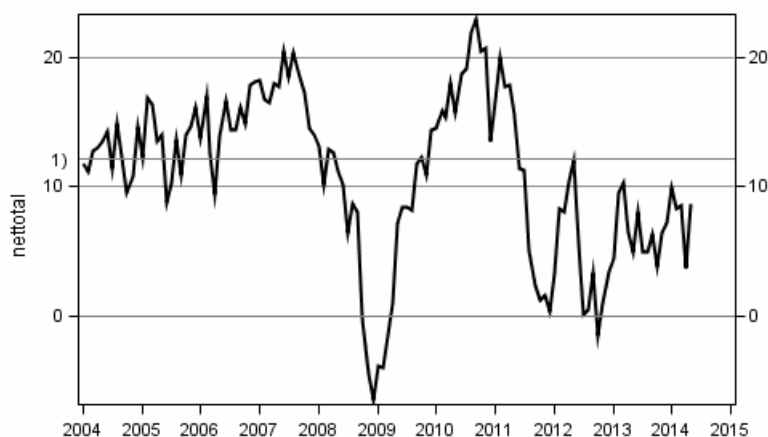
Konsumentbarometern

2014, maj

Konsumenternas förtroende återhämtade sig från svackan i april

Konsumenternas förtroendeindikator var i maj 8,7 medan den i april var 3,7 och i mars 8,5. I maj för ett år sedan fick förtroendeindikatorn värdet 5,0. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,1. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 2–19 maj 1 305 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 05/2014

Av de fyra delfaktorerna i förtroendeindikatorn förbättrades i maj synen på Finlands ekonomi och arbetslöshetsutvecklingen samt hushållens möjligheter att spara jämfört med april. Däremot var förväntningarna på den egna ekonomin oförändrade. Synen på utvecklingen av den egna ekonomin och i synnerhet arbetslösheten var på en betydligt lägre nivå än i genomsnitt.

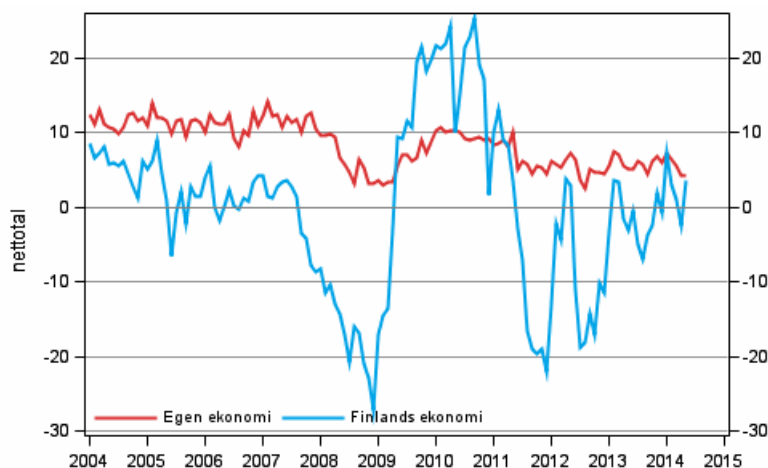
Konsumenterna ansåg i maj att tidpunkten var något mer gynnsam för att ta lån än för att spara eller köpa kapitalvaror. I maj uppskattade sysselsatta konsumenter att risken för arbetslöshet var på samma nivå som i april och för ett år sedan i maj.

Egen och Finlands ekonomi

I maj trodde 34 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 24 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i april 28 och 30 procent och ungefär lika stora för ett år sedan i maj (28 och 31 procent).

I maj litade 22 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 motsvarande andelar 23 och 15 procent.

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



Arbetslöshet och inflation

I maj litade 18 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och 47 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i april 12 och 58 procent och ungefär lika stora för ett år sedan i maj (12 och 59 procent).

Tio procent av de sysselsatta bedömde i maj att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 23 procent bedömde att risken ökat. För ett år sedan var motsvarande andelar 10 och 21 procent. 43 procent av de sysselsatta uppskattade i maj att risken för arbetslöshet var oförändrad och 24 procent upplevde att de inte alls är i farozonen när det gäller arbetslöshet.

I maj bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,6 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,3 procent.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 39 procent i maj att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Av hushållen avsåg 14 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och 7 procent bostad. Av hushållen planerade 19 procent att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

Sparande och låntagning

Totalt 54 procent av konsumenterna ansåg i maj att tidpunkten för att spara var god. För ett år sedan var andelen 49 procent. Av hushållen hade 64 procent sparat och 78 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I maj ansåg 54 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. I maj planerade 11 procent av hushållen att ta lån inom ett år.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	05/2013	04/2014	05/2014	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,1	22,9	-6,5	5,0	3,7	8,7	-
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,5	14,1	2,3	5,1	4,2	4,3	--
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	3,5	25,3	-27,1	-3,2	-2,5	3,6	=
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,3	4,6	0,6	3,1	2,4	2,6	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	-2,3	27,6	-51,1	-26,3	-25,5	-16,5	-
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	-0,5	7,6	-18,8	-6,0	-9,3	-8,2	--
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	18,6	41,8	-14,2	-1,0	1,9	4,6	--
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	11,2	36,8	-19,6	-0,6	3,7	6,1	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	17,0	42,0	-47,1	18,8	10,6	8,4	-
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	38,7	52,2	10,9	44,2	38,7	43,5	+

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.

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 maj var bortfallet av svar 44,5 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.....	6
---	---

Tabeller

Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter.....	7
--	---

Figurer

Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator	9
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna.....	9
Figurbilaga 3. Egen ekonomi.....	9
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi	10
Figurbilaga 5. Inflationen.....	10
Figurbilaga 6. Arbetslösheten.....	10
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att.....	11
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation.....	11
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader.....	11
Figurbilaga 10. Köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt.....	12
Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader.....	12

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 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

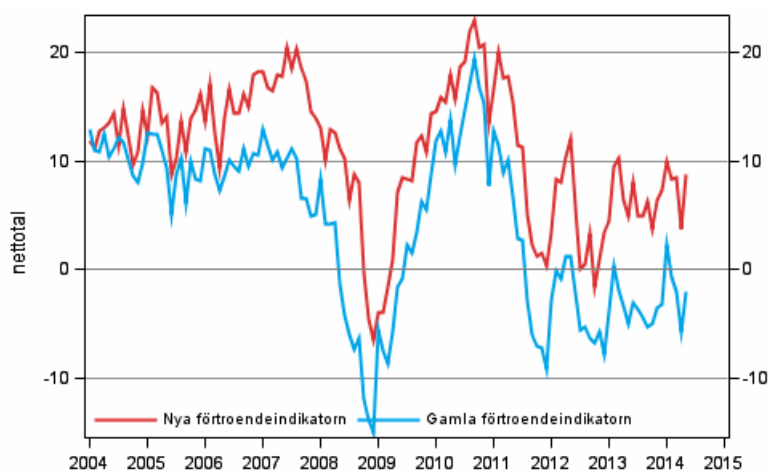
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	05/2013	04/2014	05/2014	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,1	22,9	-6,5	5,0	3,7	8,7	-
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,8	19,4	-15,0	-5,0	-5,7	-2,0	--
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,1	33,4	9,5	26,7	24,0	26,2	=
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	0,6	22,8	-39,1	-14,7	-14,0	-6,5	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,2	9,8	-4,0	-0,6	-2,6	-2,8	--
- Bättre (%)	23,7	30,6	16,6	19,6	16,6	17,6	
- Sämre (%)	16,1	22,7	11,4	20,8	21,8	22,2	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,5	14,1	2,3	5,1	4,2	4,3	--
- Bättre (%)	25,8	33,4	18,2	22,6	21,5	22,0	
- Sämre (%)	11,0	17,2	6,6	14,6	15,0	14,4	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-0,9	29,5	-60,9	-25,4	-29,4	-19,5	-
- Bättre (%)	27,5	62,1	2,0	10,0	7,6	13,3	
- Sämre (%)	26,5	88,5	4,2	53,3	56,8	45,3	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,5	25,3	-27,1	-3,2	-2,5	3,6	=
- Bättre (%)	30,9	57,3	11,6	28,1	28,4	33,8	
- Sämre (%)	22,6	57,3	6,0	30,8	29,7	24,2	
B5 Inflationen nu (procent)	2,4	5,8	-2,0	3,9	3,0	2,9	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,3	4,6	0,6	3,1	2,4	2,6	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-2,3	27,6	-51,1	-26,3	-25,5	-16,5	-
- Mindre (%)	31,3	60,8	6,4	12,1	12,3	18,4	
- Mera (%)	33,2	83,3	6,9	59,0	57,6	47,3	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,5	7,6	-18,8	-6,0	-9,3	-8,2	--
- Minskat (%)	13,1	20,0	5,3	9,8	8,5	9,5	
- Ökat (%)	16,2	31,9	7,9	21,0	22,2	23,0	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,6	41,8	-14,2	-1,0	1,9	4,6	--
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,5	62,4	29,6	35,8	37,1	39,4	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,0	45,7	17,7	36,7	35,2	34,8	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,2	36,8	-19,6	-0,6	3,7	6,1	-
- Bra tid (%)	58,5	80,7	33,4	49,0	51,9	53,7	
- Dålig tid (%)	35,7	58,5	15,5	47,5	42,7	40,8	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,0	42,0	-47,1	18,8	10,6	8,4	-
- Bra tid (%)	61,7	78,2	13,3	63,6	55,6	54,4	
- Dålig tid (%)	31,0	83,4	12,1	30,7	37,1	39,5	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,1	35,1	14,7	30,8	29,2	30,8	+
- Kan spara (%)	59,1	70,0	38,6	65,3	60,7	63,9	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	7,5	7,0	7,3	

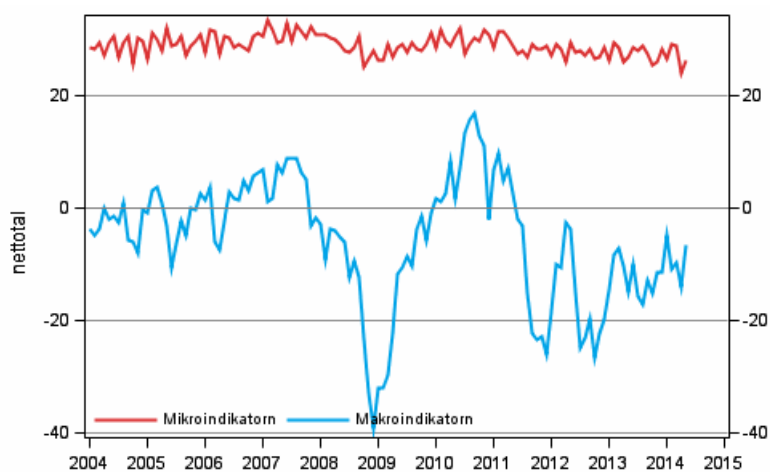
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	05/2013	04/2014	05/2014	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	38,7	52,2	10,9	44,2	38,7	43,5	+
- Kan spara (%)	73,5	82,3	56,6	77,0	72,8	77,7	
- Kan inte spara (%)	24,5	40,3	16,5	21,8	25,2	21,6	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,3	17,8	9,1	12,7	10,0	11,0	--
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	6,3	4,3	4,8	
- Eventuellt (%)	7,7	11,4	5,2	6,4	5,7	6,2	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,5	-2,4	-18,2	-11,7	-14,1	-14,6	--
- Mera (%)	22,0	30,8	13,9	18,5	15,6	13,9	
- Mindre (%)	32,6	40,4	26,5	33,9	35,9	34,3	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,0	21,7	12,7	14,5	13,9	14,2	--
- Mycket sannolikt (%)	8,7	12,1	5,9	7,1	7,8	6,7	
- Ganska sannolikt (%)	8,3	10,4	5,3	7,5	6,2	7,6	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	7,8	5,8	7,5	+
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	3,7	2,5	3,3	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,1	3,3	4,2	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	21,0	20,7	19,3	=
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	13,4	12,9	14,5	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	7,6	7,9	4,8	

Figurbilagor

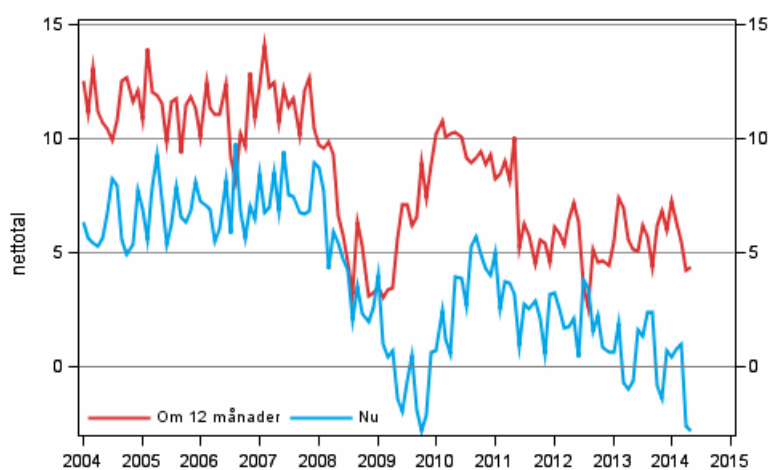
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



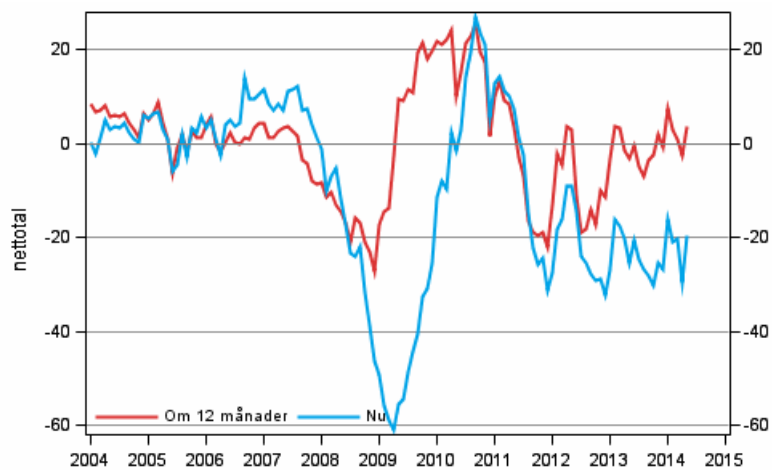
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna



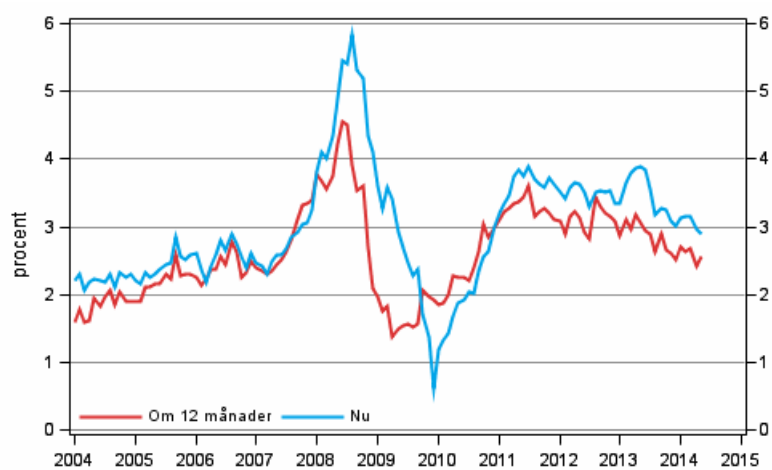
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



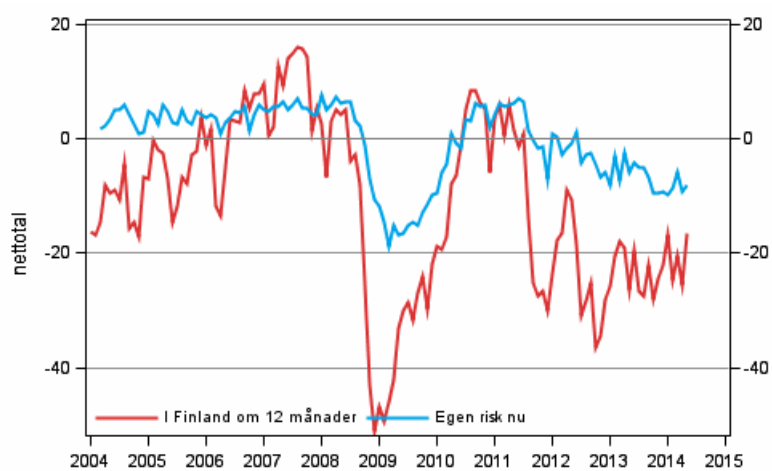
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



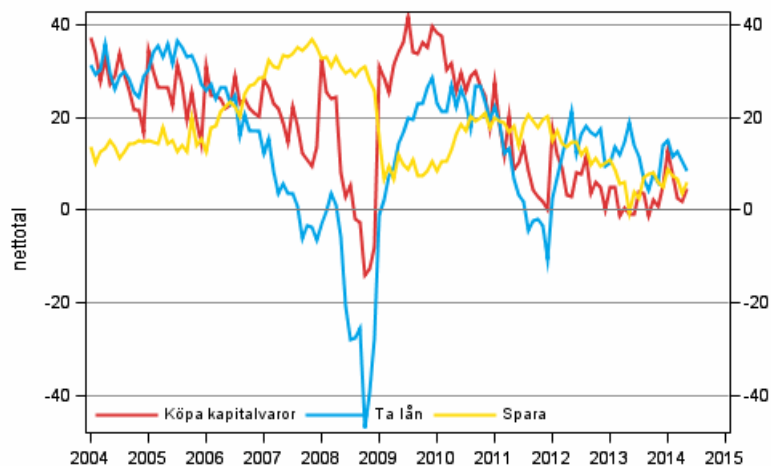
Figurbilaga 5. Inflationen



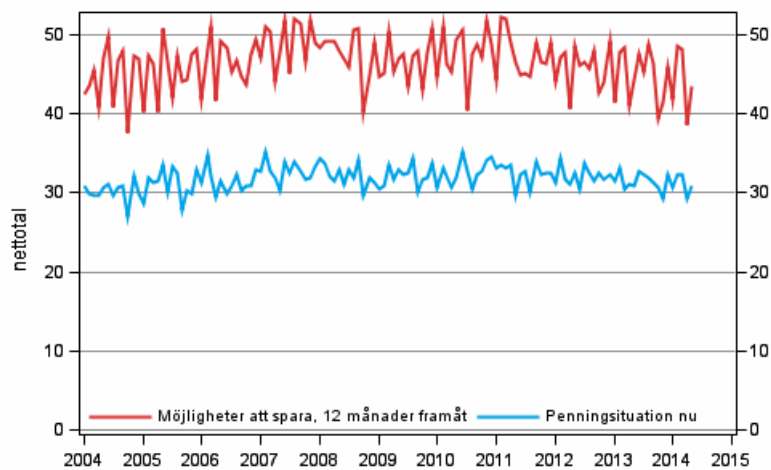
Figurbilaga 6. Arbetslösheten



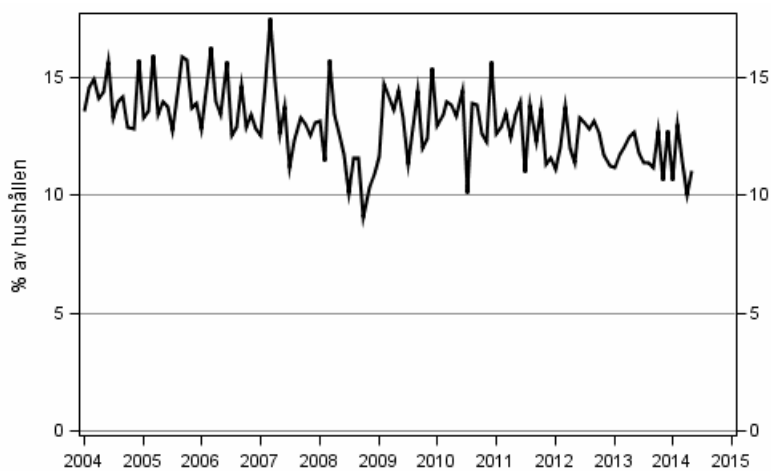
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



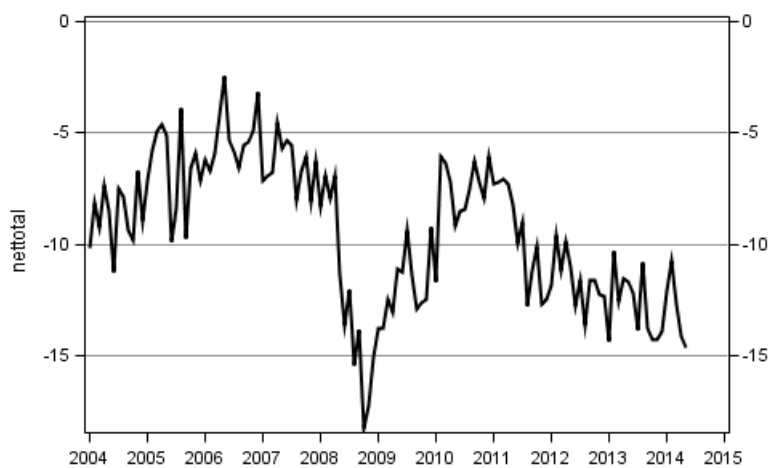
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation



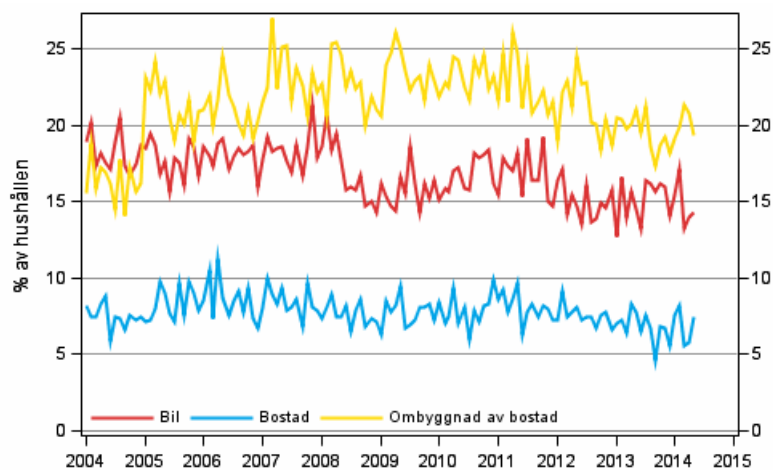
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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



Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader



Förfrågningar

Tara Junes 09 1734 3503

Pertti Kangassalo 09 1734 3598

Ansvarig statistikdirektör:

Riitta Harala

konsument.barometern@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2014, maj. Statistikcentralen