

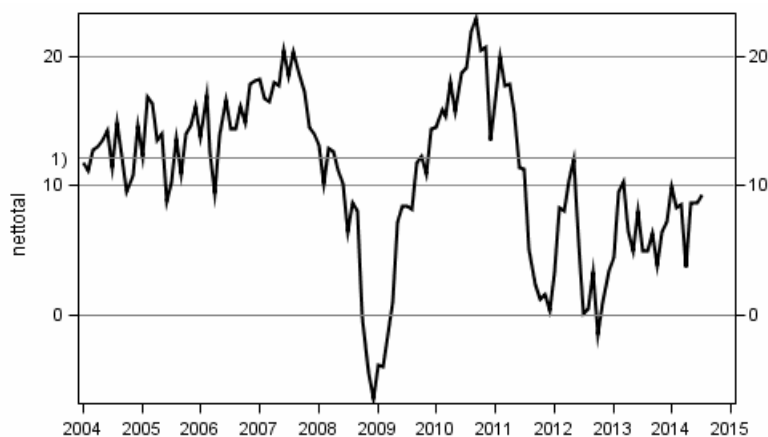
# Konsumentbarometern

2014, juli

## Konsumenternas tro på Finlands ekonomi ökade något i juli

Konsumenternas allmänna förtroende för ekonomin var i juli nästan oförändrat. I juli var konsumenternas förtroendeindikator 9,4, då den i juni och maj var 8,7. I juli i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 5,0. Långtidsmedelvärdet är 12,1. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–19 juli 1 217 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 07/2014

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator visade förväntningarna på Finlands ekonomi och den allmänna arbetslöshetsutvecklingen en förbättring i juli jämfört med juni och med föregående år. Synen på arbetslösheten var dock fortfarande dystert. Däremot var konsumenternas bild av den ekonomiska situationen i landet för omväxlings skull ljusare än långtidsmedelvärdet. I juli visade för sin del konsumenternas förväntningar på sin egen ekonomi och sina möjligheter att spara en svag nedgång.

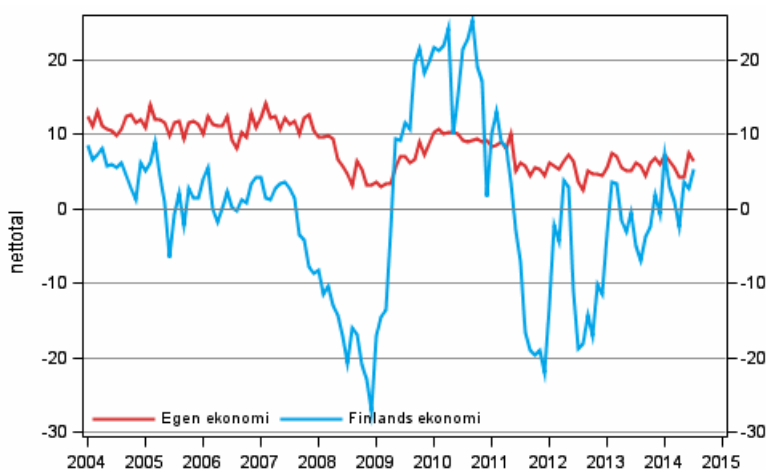
Konsumenterna ansåg i juli att tidpunkten var mer gynnsam för att ta lån än för att spara eller köpa kapitalvaror. I juli oroade sig sysselsatta konsumenter fortfarande något mera än vanligt för att själva bli arbetslösa.

## Egen och Finlands ekonomi

I juli litade 35 procent av konsumenterna på att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året, medan 23 procent bedömde att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i juni 34 och 25 procent och för ett år sedan 26 och 32 procent.

Av konsumenterna litade 24 procent i juli på att den egna ekonomin förbättras och 14 procent befarade att den blir sämre inom ett år. Motsvarande andelar var både för en månad och för ett år sedan 25 och 14 procent.

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



## Arbetslöshet och inflation

I juli litade 18 procent av konsumenterna att arbetslösheten minskar under det följande året och 45 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i juni 16 och 48 procent och för ett år sedan 11 och 59 procent.

I juli bedömde 13 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 24 procent bedömde att risken ökat. Av de sysselsatta upplevde 24 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I juli bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,7 procent under de följande 12 månaderna. För en månad sedan var inflationsförväntningarna 2,4 procent. Långtidsmedelvärdet är 2,3 procent.

## Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 41 procent i juli att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Av hushållen avsåg 15 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och 7 procent bostad. Av hushållen planerade 18 procent att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

## Sparande och låntagning

I juli antog 53 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 63 procent sparat och 75 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I juli bedömde 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-	07/2013	06/2014	07/2014	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,1	22,9	-6,5	5,0	8,7	9,4	-
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,5	14,1	2,3	6,2	7,5	6,3	-
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	3,5	25,3	-27,1	-5,0	2,8	5,3	=
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,3	4,6	0,6	2,9	2,4	2,7	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	-2,4	27,6	-51,1	-26,5	-18,2	-15,0	-
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	-0,6	7,6	-18,8	-4,9	-7,3	-6,0	-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	18,4	41,8	-14,2	4,1	7,5	5,0	--
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	11,2	36,8	-19,6	2,7	3,0	4,3	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	16,9	42,0	-47,1	11,7	11,6	11,7	-
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	38,8	52,2	10,9	45,3	42,6	40,8	=

**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 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 juli var bortfallet av svar 48,2 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](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 40 procent erhålls svar från omkring 1 400 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 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

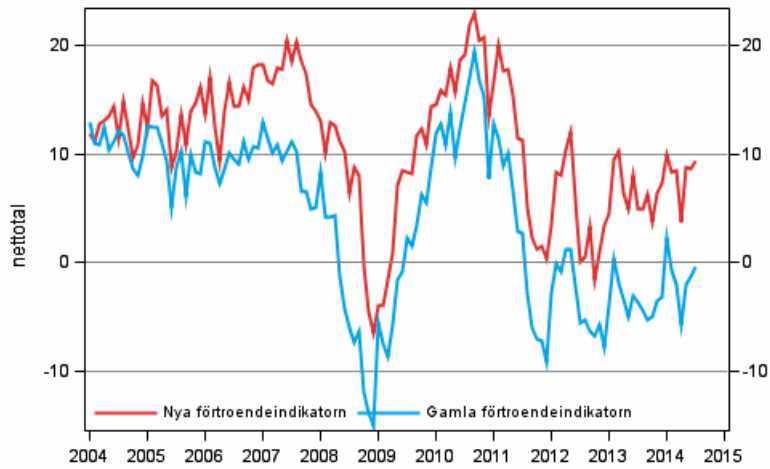
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	07/2013	06/2014	07/2014	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,1	22,9	-6,5	5,0	8,7	9,4	-
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,7	19,4	-15,0	-3,6	-1,3	-0,4	-
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,1	33,4	9,5	27,9	27,5	25,9	=
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	0,6	22,8	-39,1	-15,8	-7,7	-4,8	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,2	9,8	-4,0	1,4	-0,6	0,4	--
- Bättre (%)	23,7	30,6	16,6	20,3	19,6	20,9	
- Sämre (%)	16,1	22,7	11,4	18,1	20,1	20,1	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,5	14,1	2,3	6,2	7,5	6,3	-
- Bättre (%)	25,8	33,4	18,2	24,5	25,0	23,9	
- Sämre (%)	11,0	17,2	6,6	14,1	13,5	13,9	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-1,1	29,5	-60,9	-24,6	-24,0	-19,0	-
- Bättre (%)	27,3	62,1	2,0	10,4	10,4	11,8	
- Sämre (%)	26,6	88,5	4,2	51,4	50,8	43,6	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,5	25,3	-27,1	-5,0	2,8	5,3	=
- Bättre (%)	31,0	57,3	11,6	26,0	33,6	35,2	
- Sämre (%)	22,6	57,3	6,0	31,7	25,1	22,7	
B5 Inflationen nu (procent)	2,4	5,8	-2,0	3,6	3,3	3,1	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,3	4,6	0,6	2,9	2,4	2,7	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-2,4	27,6	-51,1	-26,5	-18,2	-15,0	-
- Mindre (%)	31,2	60,8	6,4	10,8	16,0	18,3	
- Mera (%)	33,3	83,3	6,9	59,0	48,4	45,0	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,6	7,6	-18,8	-4,9	-7,3	-6,0	-
- Minskat (%)	13,1	20,0	5,3	12,0	11,2	12,7	
- Ökat (%)	16,3	31,9	7,9	21,8	24,0	23,7	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,4	41,8	-14,2	4,1	7,5	5,0	--
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,5	62,4	29,6	37,9	41,1	40,8	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,0	45,7	17,7	33,8	33,5	35,8	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,2	36,8	-19,6	2,7	3,0	4,3	-
- Bra tid (%)	58,5	80,7	33,4	51,7	51,6	52,6	
- Dålig tid (%)	35,8	58,5	15,5	43,3	43,6	42,8	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,9	42,0	-47,1	11,7	11,6	11,7	-
- Bra tid (%)	61,7	78,2	13,3	58,2	55,9	57,5	
- Dålig tid (%)	31,0	83,4	12,1	36,2	36,4	36,6	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,1	35,1	14,7	32,2	32,5	30,8	+
- Kan spara (%)	59,1	70,0	38,6	63,7	62,8	63,2	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	6,2	5,4	6,5	

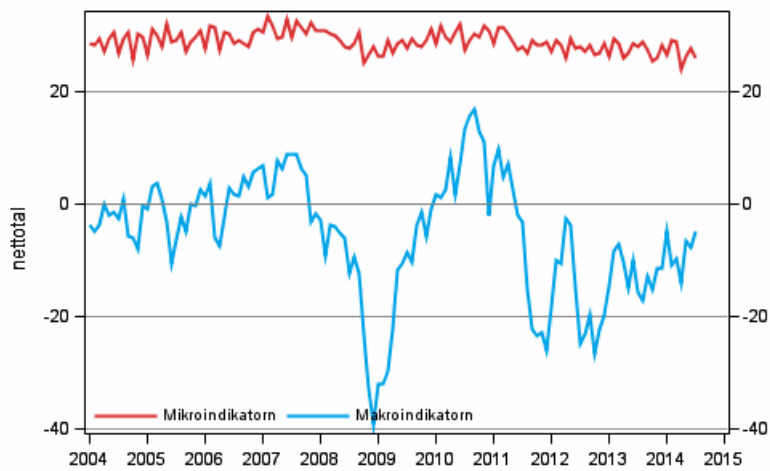
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	07/2013	06/2014	07/2014	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	38,8	52,2	10,9	45,3	42,6	40,8	=
- Kan spara (%)	73,6	82,3	56,6	77,1	77,3	74,5	
- Kan inte spara (%)	24,5	40,3	16,5	21,8	22,1	24,8	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,3	17,8	9,1	11,4	12,2	12,1	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	4,7	5,7	5,3	
- Eventuellt (%)	7,7	11,4	5,2	6,6	6,6	6,8	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal)	-8,5	-2,4	-18,2	-13,8	-11,5	-13,3	--
- Mera (%)	22,0	30,8	13,9	16,5	17,2	16,9	
- Mindre (%)	32,6	40,4	26,5	35,8	32,5	35,2	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,0	21,7	12,7	16,3	16,3	15,3	-
- Mycket sannolikt (%)	8,7	12,1	5,9	8,2	8,4	7,6	
- Ganska sannolikt (%)	8,3	10,4	5,3	8,1	7,9	7,7	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	7,6	7,9	6,9	=
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	3,0	4,0	2,9	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,6	3,8	4,0	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	21,2	18,7	18,0	=
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	14,7	12,8	13,8	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,5	5,8	4,2	

# Figurbilagor

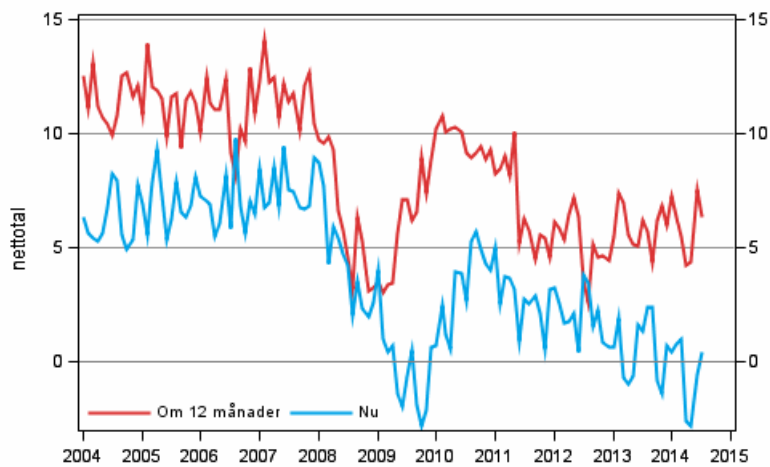
## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna

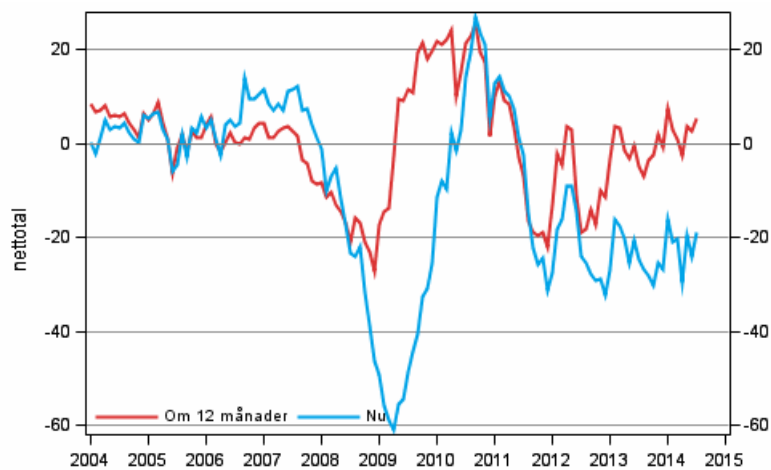


## Figurbilaga 3. Egen ekonomi

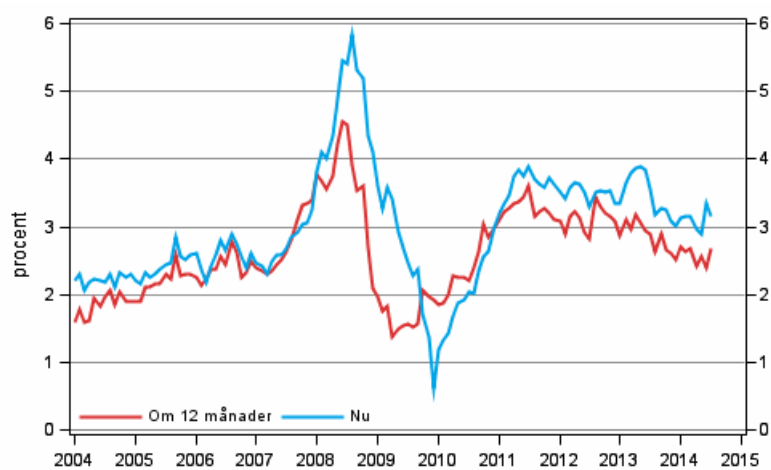




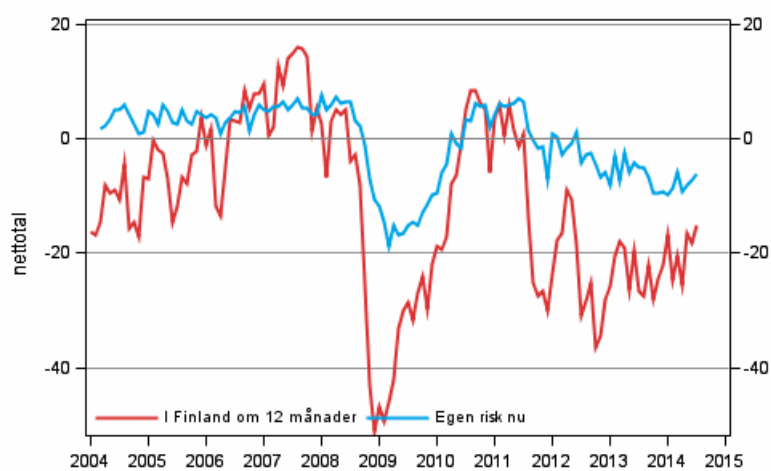
**Figurbilaga 4. Finlands ekonomi**



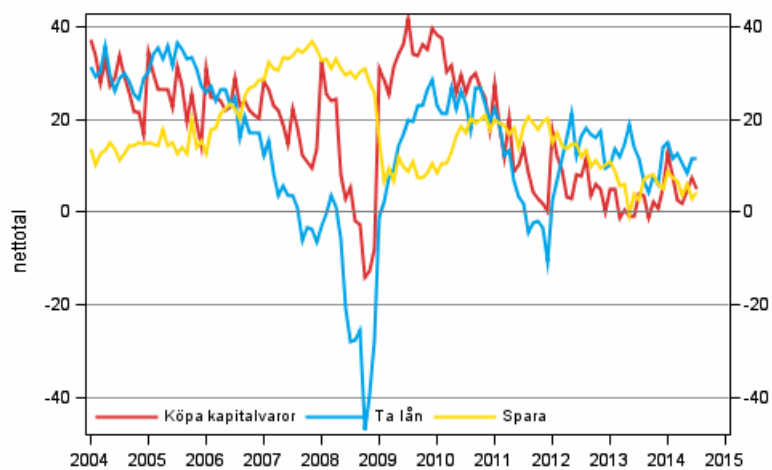
**Figurbilaga 5. Inflationen**



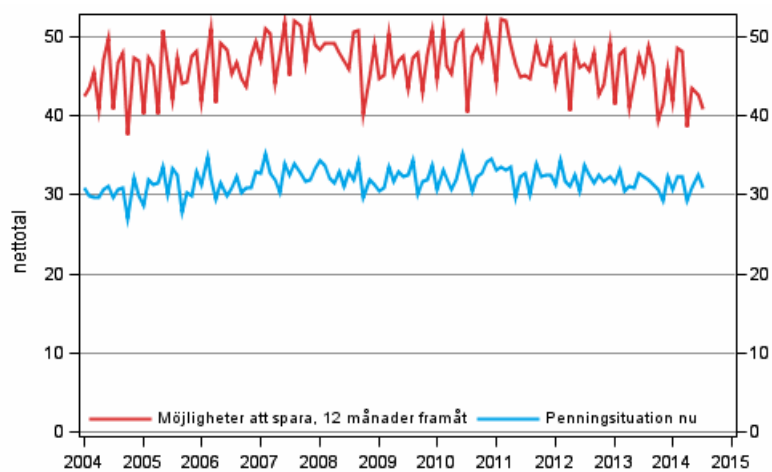
**Figurbilaga 6. Arbetslösheten**



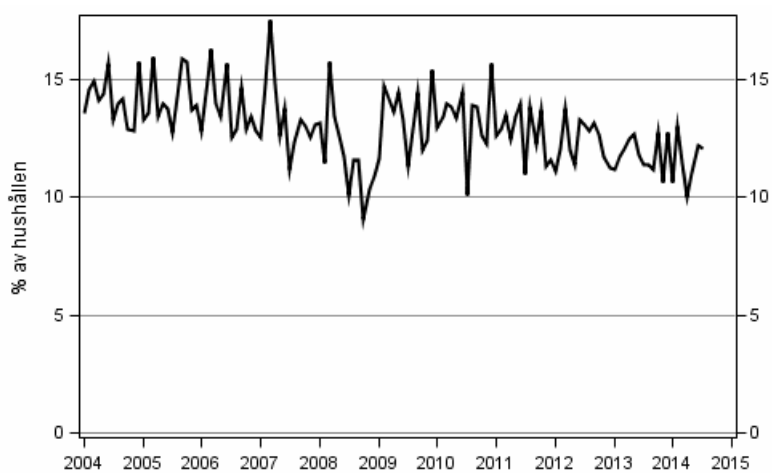
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



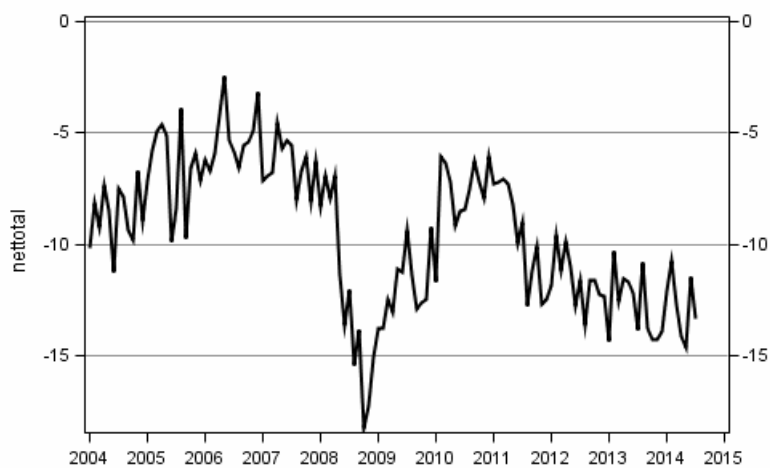
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation**



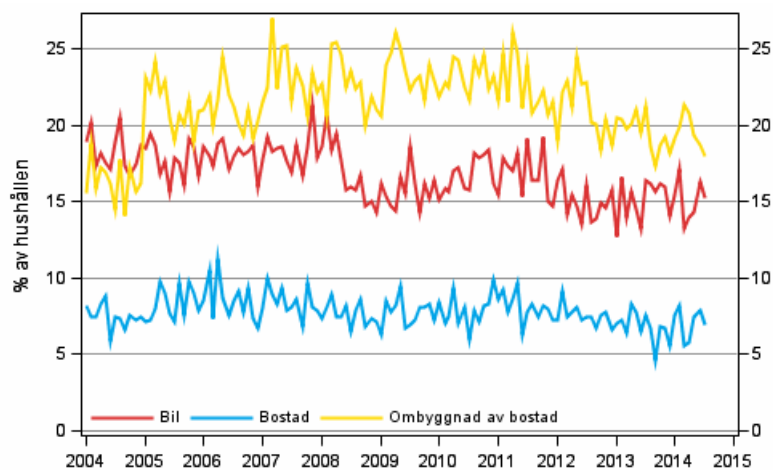
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



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



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



## Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Tara Junes 029 551 3503

Ansvarig statistikdirektör:

Riitta Harala

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

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

Källa: Konsumentbarometern 2014, juli. Statistikcentralen