

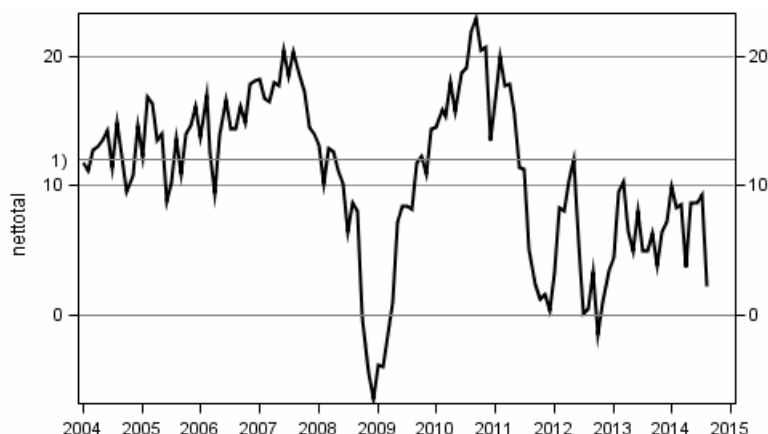
Konsumentbarometern

2014, augusti

Konsumenternas förtroende försvagades i augusti

Konsumenternas förtroendeindikator var i augusti 2,2, medan den i juli var 9,4 och i juni 8,7. I augusti i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 5,0. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,1. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–19 augusti 1 156 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 08/2014

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator försvagades i augusti förväntningarna på Finlands ekonomi och arbetslöshetsutvecklingen betydligt jämfört med juli. Dessa delfaktorer är nu ungefär på samma nivå som för ett år sedan i augusti. Synen på konsumentens egen ekonomi och hushållens möjligheter att spara var i augusti nästan oförändrade jämfört med juli.

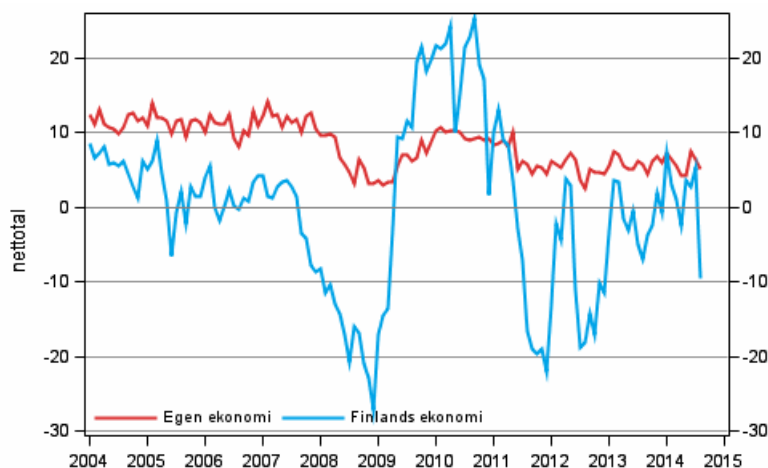
I augusti ansåg man att det var mer fördelaktigt att ta lån än att köpa kapitalvaror eller spara. Sysselsatta konsumenters oro för att själva råka ut för arbetslöshet var ungefär på samma nivå i augusti som i juli.

Egen och Finlands ekonomi

I augusti trodde 23 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 38 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i juli 35 och 23 procent och för ett år sedan i augusti 25 och 35 procent.

I augusti litade 23 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 15 procent befarade att den blir sämre inom ett år. För ett år sedan i augusti var motsvarande andelar 23 och 14 procent.

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



Arbetslöshet och inflation

I augusti litade 10 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar i Finland under det följande året och 62 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i juli 18 och 45 procent och för ett år sedan i augusti 12 och 61 procent.

I augusti antog 10 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 22 procent bedömde att risken ökat. I augusti uppskattade 46 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet var oförändrad och 22 procent upplevde att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

Konsumenterna bedömde i augusti att konsumentpriserna stiger med 2,2 procent under de följande 12 månaderna. Inflationförväntningarna var i juli 2,7 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,3 procent.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 38 procent i augusti 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 20 procent att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

Sparande och låntagning

I augusti ansåg 48 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 61 procent sparat och 75 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I augusti ansåg 56 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-	08/2013	07/2014	08/2014	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,1	22,9	-6,5	5,0	9,4	2,2	--
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,5	14,1	2,3	5,7	6,3	5,2	--
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	3,4	25,3	-27,1	-7,0	5,3	-9,6	--
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,3	4,6	0,6	2,6	2,7	2,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	-2,5	27,6	-51,1	-27,4	-15,0	-28,9	--
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	-0,6	7,6	-18,8	-5,0	-6,0	-5,6	-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	18,4	41,8	-14,2	3,7	5,0	3,4	--
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	11,1	36,8	-19,6	7,2	4,3	-0,1	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	16,9	42,0	-47,1	6,7	11,7	9,7	-
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	38,8	52,2	10,9	48,7	40,8	42,1	+

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 augusti var bortfallet av svar 50,8 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 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 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.

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

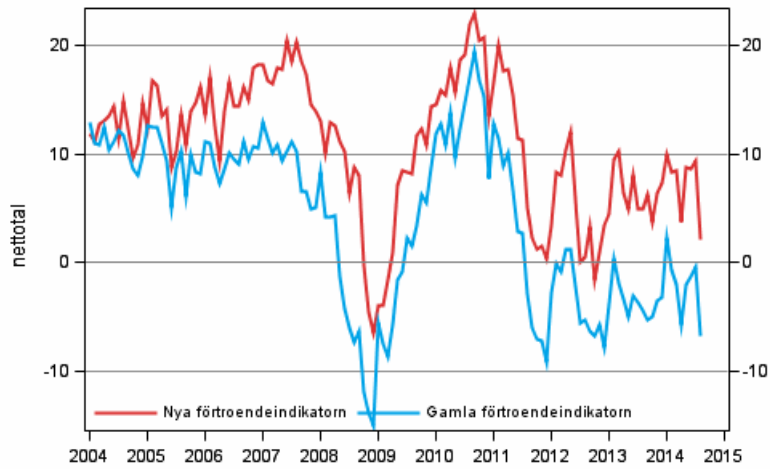
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	08/2013	07/2014	08/2014	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,1	22,9	-6,5	5,0	9,4	2,2	--
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,7	19,4	-15,0	-4,4	-0,4	-6,7	--
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,1	33,4	9,5	28,8	25,9	25,7	=
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	0,5	22,8	-39,1	-17,2	-4,8	-19,3	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,2	9,8	-4,0	2,4	0,4	-2,5	--
- Bättre (%)	23,6	30,6	16,5	20,9	20,9	16,5	
- Sämre (%)	16,2	22,7	11,4	18,1	20,1	20,4	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,5	14,1	2,3	5,7	6,3	5,2	--
- Bättre (%)	25,8	33,4	18,2	23,2	23,9	23,1	
- Sämre (%)	11,1	17,2	6,6	13,9	13,9	15,4	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-1,2	29,5	-60,9	-26,7	-19,0	-30,0	--
- Bättre (%)	27,3	62,1	2,0	9,9	11,8	6,5	
- Sämre (%)	26,8	88,5	4,2	53,7	43,6	58,0	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,4	25,3	-27,1	-7,0	5,3	-9,6	--
- Bättre (%)	30,9	57,3	11,6	24,9	35,2	23,2	
- Sämre (%)	22,7	57,3	6,0	35,2	22,7	37,7	
B5 Inflationen nu (procent)	2,4	5,8	-2,0	3,2	3,1	2,6	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,3	4,6	0,6	2,6	2,7	2,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-2,5	27,6	-51,1	-27,4	-15,0	-28,9	--
- Mindre (%)	31,1	60,8	6,4	11,5	18,3	10,1	
- Mera (%)	33,4	83,3	6,9	60,8	45,0	61,8	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,6	7,6	-18,8	-5,0	-6,0	-5,6	-
- Minskat (%)	13,1	20,0	5,3	10,9	12,7	10,2	
- Ökat (%)	16,4	31,9	7,9	20,3	23,7	21,7	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,4	41,8	-14,2	3,7	5,0	3,4	--
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,5	62,4	29,6	37,4	40,8	37,6	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,1	45,7	17,7	33,7	35,8	34,2	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,1	36,8	-19,6	7,2	4,3	-0,1	-
- Bra tid (%)	58,4	80,7	33,4	55,3	52,6	48,3	
- Dålig tid (%)	35,8	58,5	15,5	40,2	42,8	46,9	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,9	42,0	-47,1	6,7	11,7	9,7	-
- Bra tid (%)	61,7	78,2	13,3	52,3	57,5	55,9	
- Dålig tid (%)	31,0	83,4	12,1	41,4	36,6	38,6	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,1	35,1	14,7	31,9	30,8	29,9	+
- Kan spara (%)	59,1	70,0	38,6	64,7	63,2	61,2	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	6,7	6,5	6,9	

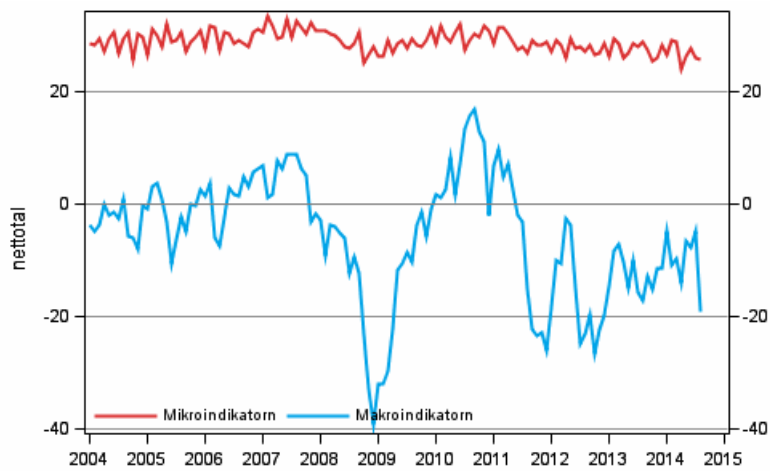
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	08/2013	07/2014	08/2014	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	38,8	52,2	10,9	48,7	40,8	42,1	+
- Kan spara (%)	73,6	82,3	56,6	80,4	74,5	75,4	
- Kan inte spara (%)	24,5	40,3	16,5	18,0	24,8	23,6	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,3	17,8	9,1	11,4	12,1	11,9	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,9	5,3	4,3	
- Eventuellt (%)	7,7	11,4	5,2	5,5	6,8	7,6	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,5	-2,4	-18,2	-10,8	-13,3	-15,1	--
- Mera (%)	21,9	30,8	13,9	19,4	16,9	15,7	
- Mindre (%)	32,6	40,4	26,5	34,3	35,2	35,9	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,9	21,7	12,7	16,2	15,3	15,0	--
- Mycket sannolikt (%)	8,7	12,1	5,9	8,4	7,6	7,4	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	7,8	7,7	7,5	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	6,7	6,9	7,3	=
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	3,0	2,9	2,8	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	3,7	4,0	4,5	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	18,6	18,0	19,7	=
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	14,1	13,8	14,5	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	4,5	4,2	5,1	

Figurbilagor

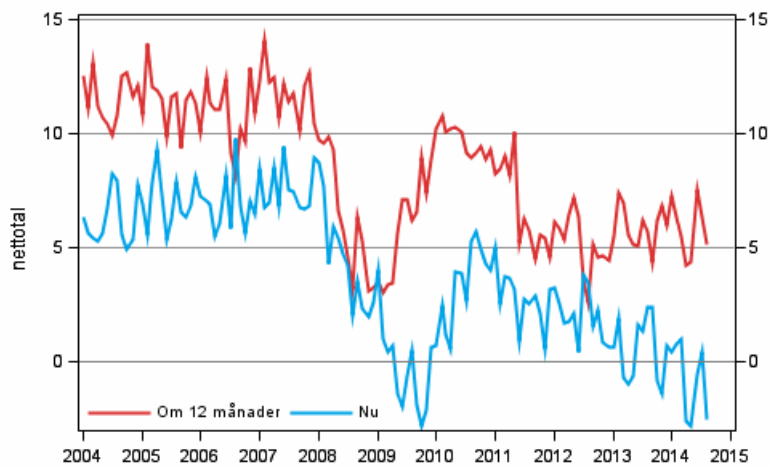
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



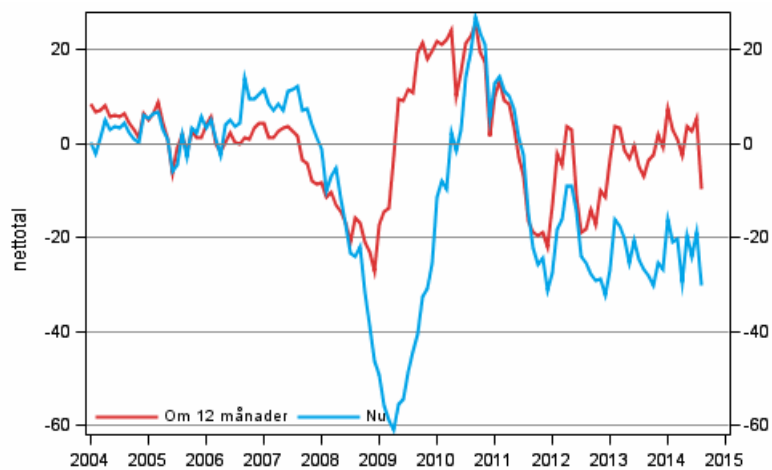
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna



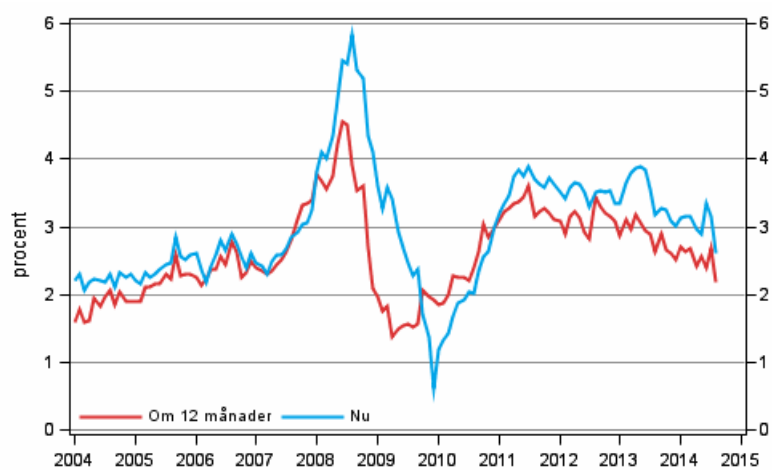
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



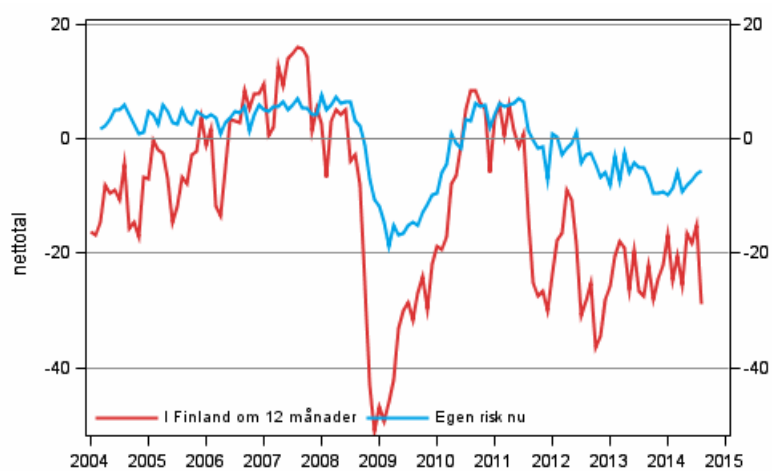
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



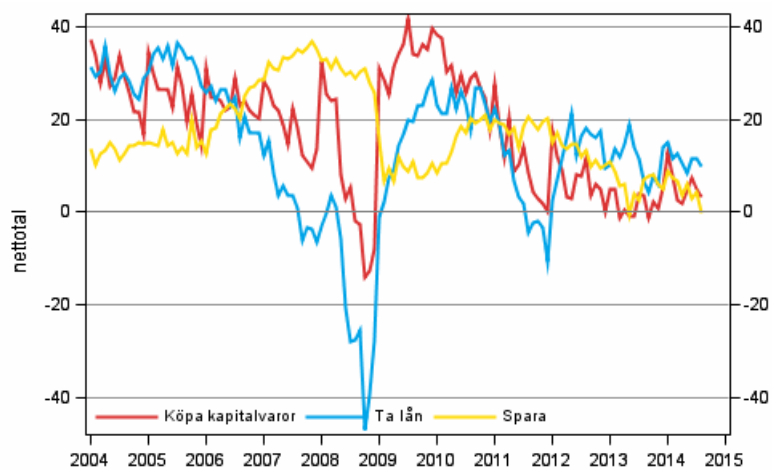
Figurbilaga 5. Inflationen



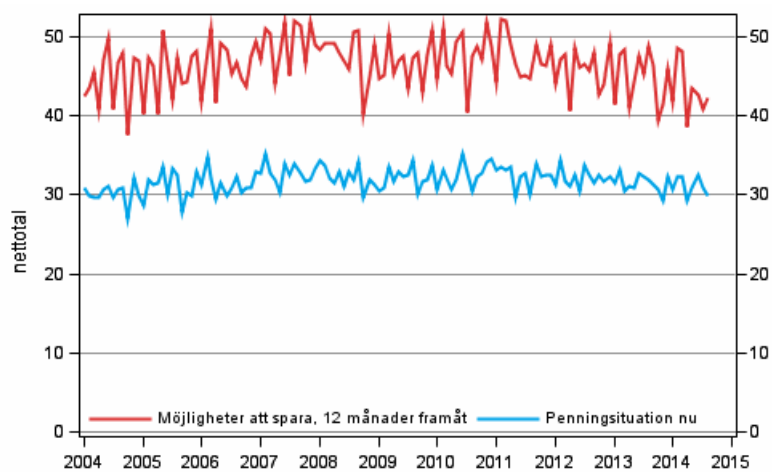
Figurbilaga 6. Arbetslösheten



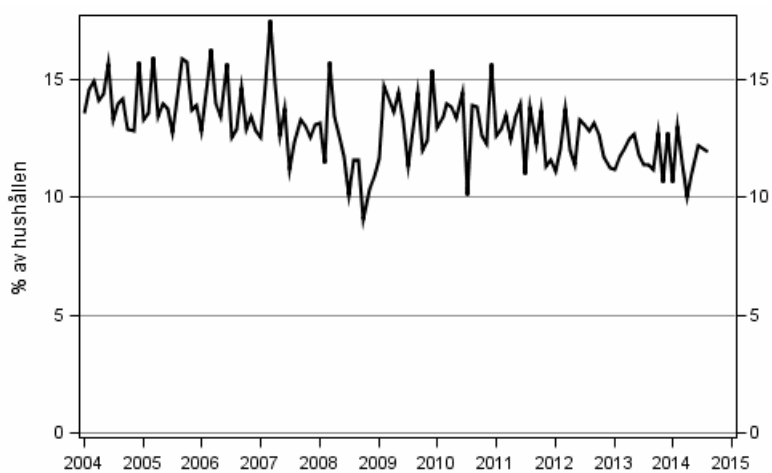
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



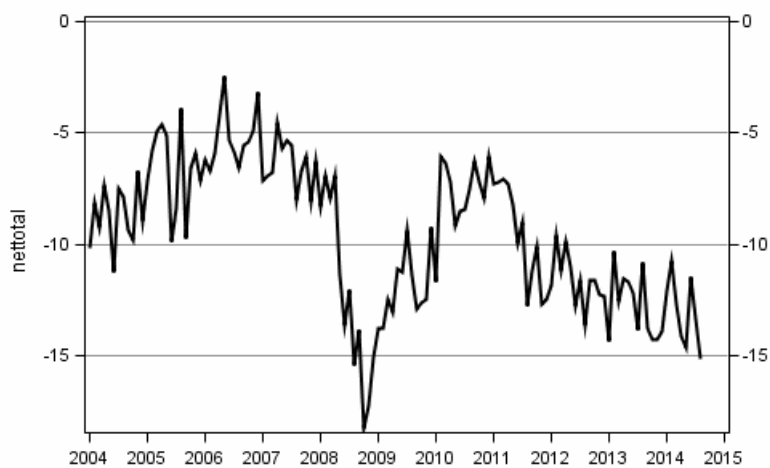
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation



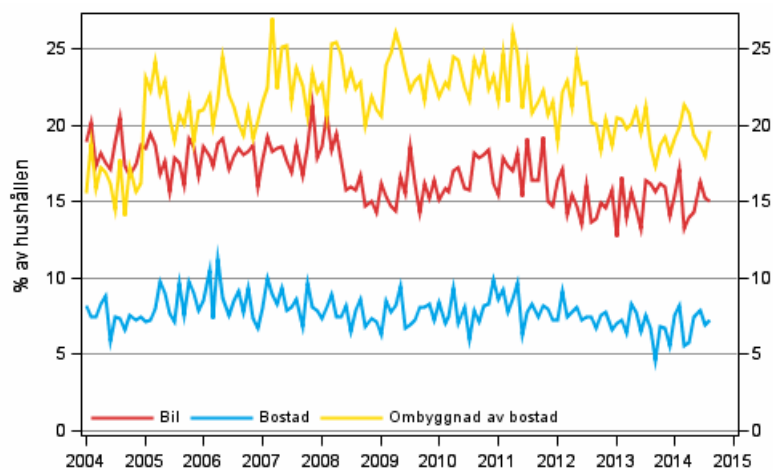
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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



Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader



Förfrågningar

Tara Junes 029 551 3503

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Ansvarig statistikdirektör:

Riitta Harala

konsument.barometern@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2014, augusti. Statistikcentralen