

# Konsumentbarometern

2015, januari

## Den svaga uppgången i ekonomiförtroendet fortsatte i januari

Konsumenternas förtroendeindikator var i januari 6,0, då den i december var 4,4 och i november 2,6. I januari 2014 visade förtroendeindikatorn ett värde på 9,9. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 2–19 januari 1 272 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 01/2015

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades i januari förväntningarna något på den egna och på Finlands ekonomi samt på arbetslöshetsutvecklingen jämfört med december. Synen på hushållets möjligheter att spara var oförändrade. Synen på den egna och Finlands ekonomi var fortfarande försiktiga och bilden av arbetslösheten dyster. Däremot var förväntningarna på de egna möjligheterna att spara goda.

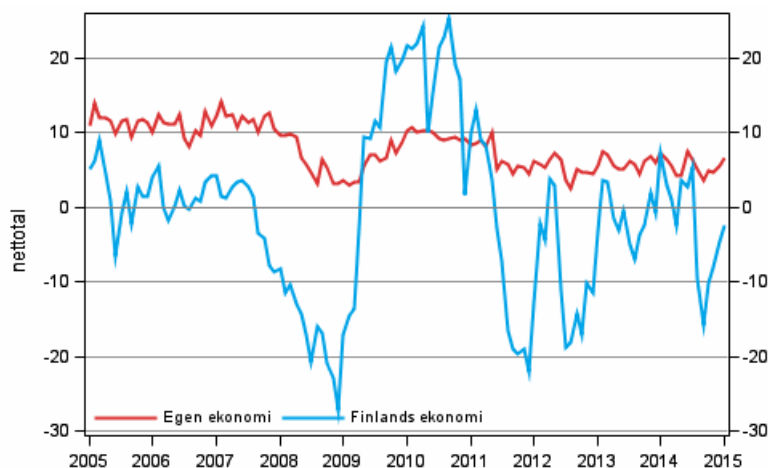
I januari ansåg konsumenterna för första gången på en längre tid att det var mer gynnsamt att köpa kapitalvaror än att spara eller ta lån. I januari oroade sig sysselsatta konsumenter ungefär lika mycket som i december eller året innan för att själva råka ut för arbetslöshet.

## Egen och Finlands ekonomi

I januari trodde 27 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 29 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i december 26 och 32 procent och för ett år sedan 39 och 21 procent.

I januari litade 24 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 januari litade 13 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och 57 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. En månad tidigare var andelarna 11 och 60 procent och för ett år sedan i januari 17 och 47 procent.

I januari antog 9 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 24 procent åter antog att risken hade ökat. Av de sysselsatta upplevde 21 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I januari bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,7 procent under de följande 12 månaderna. I januari 2014 var inflationsförväntningarna 2,7 procent. Långtidsmedelvärdet är 2,3 procent.

## Köp av kapitalvaror

Fler än i genomsnitt, dvs. 48 procent av konsumenterna, bedömde i januari att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Konsumenterna hade planer på att framför allt spendera pengar på inrikesresor och reparation av bostaden. Av hushållen avsåg 16 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 januari ansåg 54 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Sextiosex procent av hushållen hade sparat och 77 procent trodde att de kan spara under det följande året. Konsumenterna sparar främst för sämre tider och för semestern. De vanligaste placeringsobjekten efter de populära tidsbundna kontona eller placeringskontona är placeringsfonder.

I januari ansåg 59 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Av hushållen planerade dock bara 11 procent att ta lån inom ett år.

### Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	01/2014	12/2014	01/2015	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,8	22,9	-6,5	9,9	4,4	6,0	--
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,4	14,1	2,3	7,3	5,5	6,7	-
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	3,2	25,3	-27,1	7,3	-4,6	-2,5	-
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,3	4,6	0,6	2,7	2,0	1,7	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	-3,1	27,6	-51,1	-16,8	-27,6	-24,0	--
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	-0,9	7,6	-18,8	-9,9	-7,5	-8,9	--
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	18,2	41,8	-14,2	12,9	12,1	19,2	=
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	11,0	36,8	-19,6	8,8	2,4	6,8	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	16,8	42,0	-47,1	15,2	11,8	14,3	=
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	38,9	52,2	10,9	41,9	44,5	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 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 januari var bortfallet av svar 45,9 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. Främst 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 makroindikatorer.....	8
Figurbilaga 3. Egen ekonomi.....	8
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi .....	9
Figurbilaga 5. Inflation.....	9
Figurbilaga 6. Arbetslöshet.....	9
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att.....	10
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara.....	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.....	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

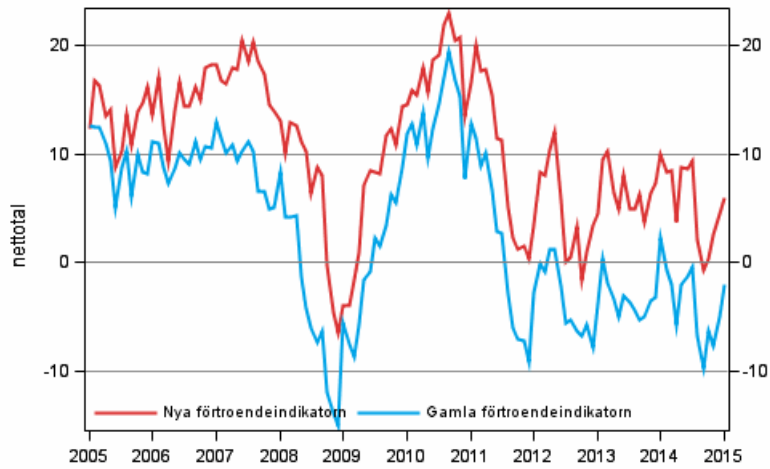
## Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	01/2014	12/2014	01/2015	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,8	22,9	-6,5	9,9	4,4	6,0	--
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,4	19,4	-15,0	2,3	-4,9	-2,0	--
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,1	33,4	9,5	26,6	27,0	27,7	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	0,0	22,8	-39,1	-4,8	-16,1	-13,2	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,1	9,8	-4,0	0,4	-0,3	0,8	--
- Bättre (%)	23,5	30,6	16,5	19,9	20,0	20,2	
- Sämre (%)	16,2	22,7	11,4	19,3	19,5	19,4	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	7,3	5,5	6,7	-
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	26,1	22,9	24,3	
- Sämre (%)	11,1	17,6	6,6	13,6	13,8	13,1	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-2,0	29,5	-60,9	-16,3	-37,2	-34,4	--
- Bättre (%)	26,8	62,1	2,0	14,6	5,3	4,6	
- Sämre (%)	27,6	88,5	4,2	40,9	65,1	63,5	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,2	25,3	-27,1	7,3	-4,6	-2,5	-
- Bättre (%)	30,8	57,3	11,6	38,7	26,2	26,7	
- Sämre (%)	22,9	57,3	6,0	21,3	32,0	28,7	
B5 Inflationen nu (procent)	2,4	5,8	-2,0	3,1	2,1	1,8	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,3	4,6	0,6	2,7	2,0	1,7	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,1	27,6	-51,1	-16,8	-27,6	-24,0	--
- Mindre (%)	30,6	60,8	6,4	17,2	11,4	13,0	
- Mera (%)	34,1	83,3	6,9	47,4	60,3	56,5	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,9	7,6	-18,8	-9,9	-7,5	-8,9	--
- Minskat (%)	13,0	20,0	5,3	9,0	11,6	9,2	
- Ökat (%)	16,7	31,9	7,9	25,3	25,5	24,5	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,2	41,8	-14,2	12,9	12,1	19,2	=
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,4	62,4	29,6	43,5	43,7	47,9	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,2	45,7	17,7	30,6	31,6	28,7	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,0	36,8	-19,6	8,8	2,4	6,8	-
- Bra tid (%)	58,3	80,7	33,4	55,7	51,2	54,1	
- Dålig tid (%)	36,0	58,5	15,5	38,7	45,2	41,2	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,8	42,0	-47,1	15,2	11,8	14,3	=
- Bra tid (%)	61,6	78,2	13,3	59,5	56,7	59,1	
- Dålig tid (%)	31,2	83,4	12,1	34,1	38,2	35,6	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,2	35,1	14,7	30,6	30,9	32,3	+
- Kan spara (%)	59,2	70,0	38,6	64,2	63,0	65,8	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	8,7	6,7	6,4	

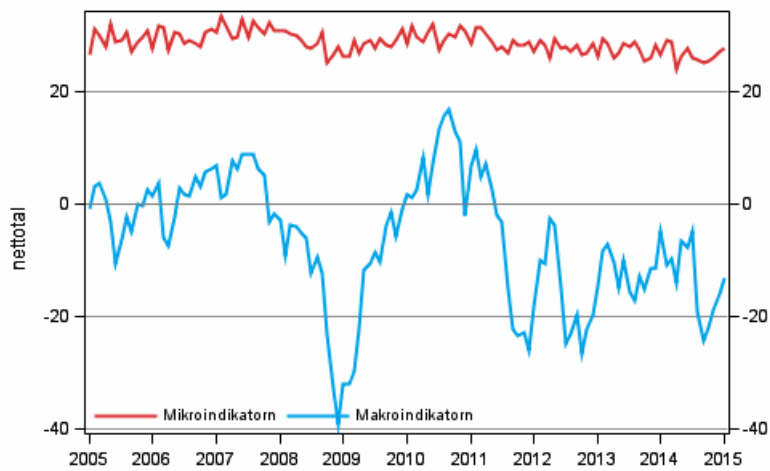
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	01/2014	12/2014	01/2015	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	38,9	52,2	10,9	41,9	44,5	44,0	+
- Kan spara (%)	73,6	82,3	56,6	75,7	77,1	76,7	
- Kan inte spara (%)	24,5	40,3	16,5	23,3	21,6	22,4	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,2	17,8	9,1	10,7	13,3	11,2	--
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	4,1	5,7	4,6	
- Eventuellt (%)	7,7	11,4	5,2	6,6	7,7	6,6	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal)	-8,6	-2,4	-18,2	-12,1	-15,8	-15,7	--
- Mera (%)	21,8	30,8	13,9	16,0	15,7	14,5	
- Mindre (%)	32,7	40,4	26,5	32,7	37,1	37,3	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,9	21,7	12,7	15,4	14,3	16,1	-
- Mycket sannolikt (%)	8,6	12,1	5,1	7,5	6,1	7,4	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	7,9	8,2	8,6	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	7,6	5,2	6,7	-
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	3,0	2,3	2,2	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,5	2,9	4,5	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	19,1	17,8	18,3	=
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	11,9	11,5	11,2	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	7,2	6,3	7,1	

# Figurbilagor

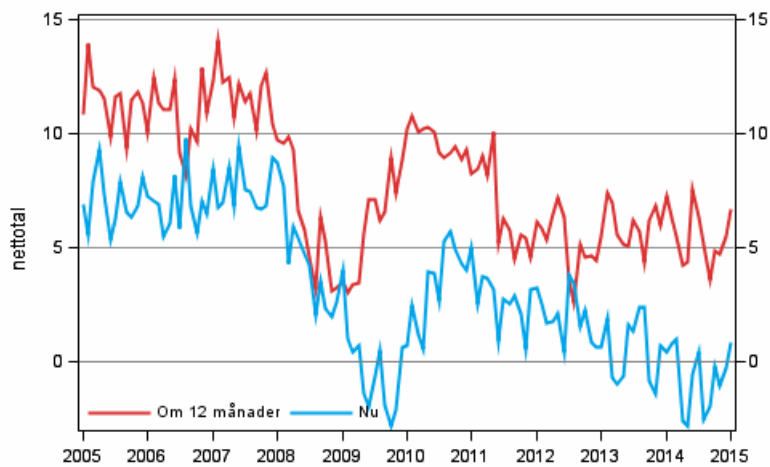
## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer

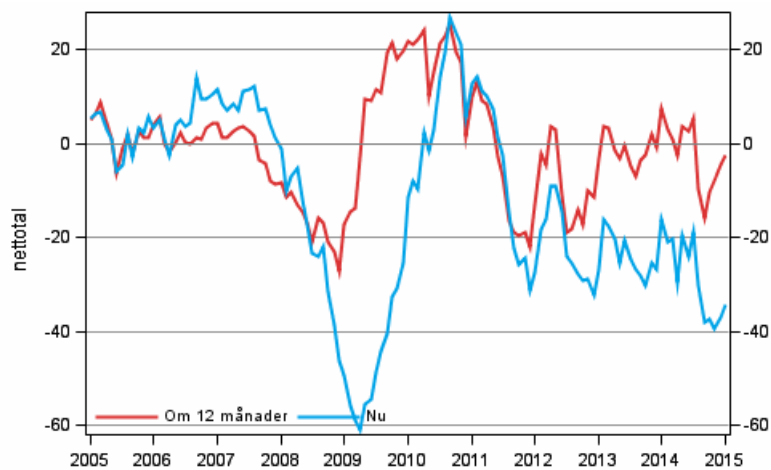


## Figurbilaga 3. Egen ekonomi

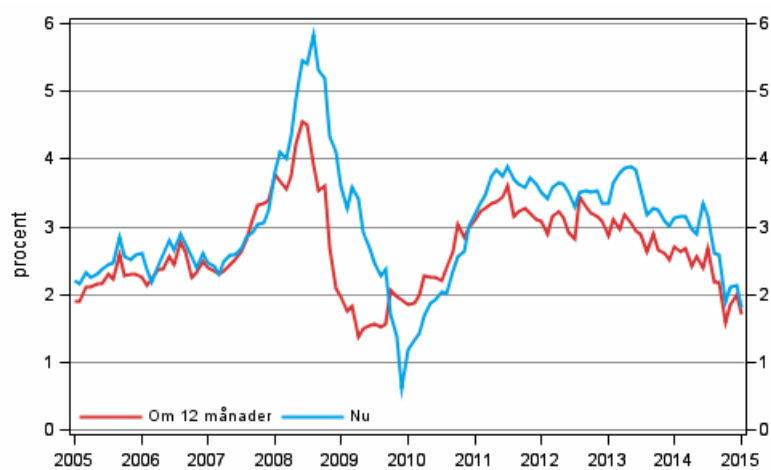




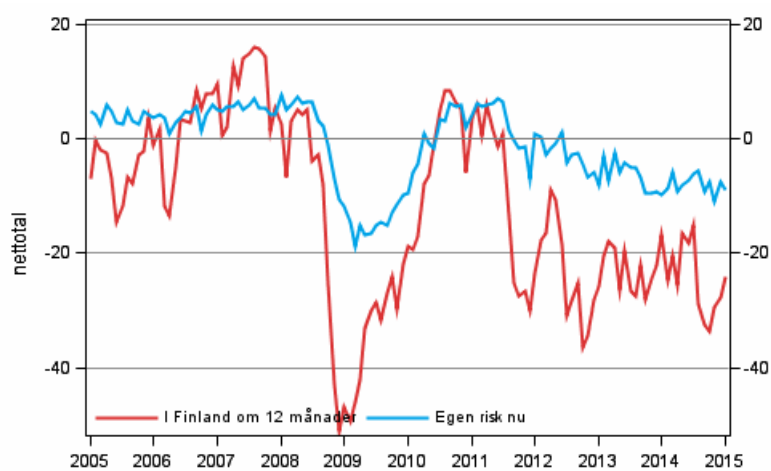
**Figurbilaga 4. Finlands ekonomi**



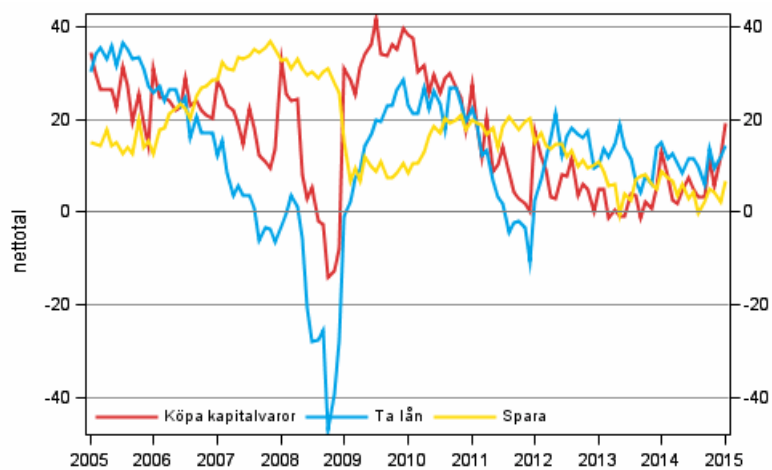
**Figurbilaga 5. Inflation**



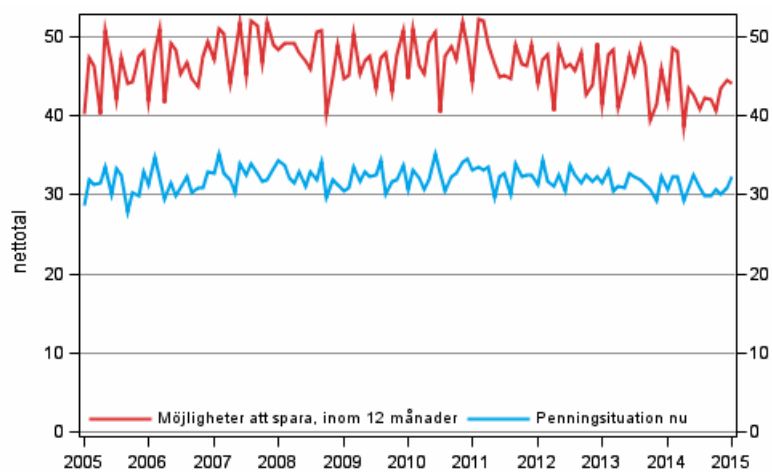
**Figurbilaga 6. Arbetslöshet**



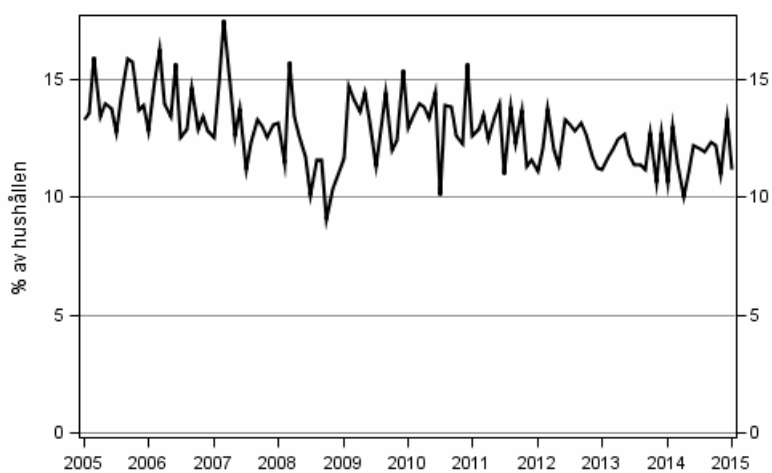
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara**



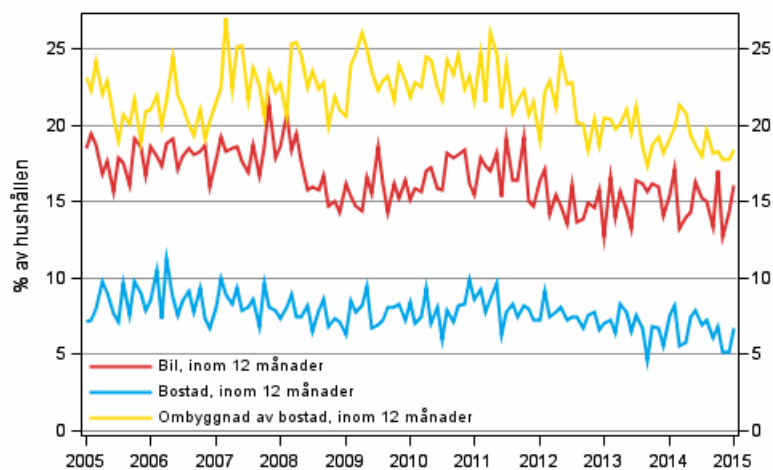
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



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



**Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa**



## 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 2015, januari. Statistikcentralen