

# Konsumentbarometern

2015, juli

## Konsumenternas förtroende fortsatte att minska i juli

Konsumenternas förtroendeindikator var i juli 6,9, då den i juni var 10,8 och i maj 15,5. I juli i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 9,4. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–17 juli 1 231 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 07/2015

Alla de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator försvagades i juli jämfört med föregående månad och också jämfört med året innan. Förväntningarna på den egna och Finlands ekonomi var försiktiga och synen på den allmänna arbetslösheten dyster. Synen på hushållets egna möjligheter att spara var i juli på samma nivå som långtidsmedelvärdet.

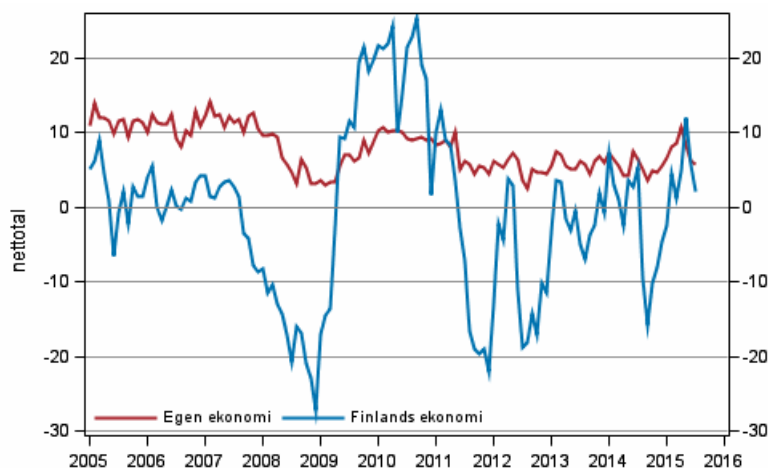
Konsumenterna ansåg i juli att tidpunkten var fördelaktigare för att ta lån än för att köpa kapitalvaror eller allra minst för att spara. De sysselsatta konsumenterna oroade sig i juli något mera än i genomsnitt för att själva bli arbetslösa, liksom redan i juni och för ett år sedan.

## Egen och Finlands ekonomi

I juli litade 33 procent av konsumenterna på att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Tjugosex procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. I juni var motsvarande andelar 36 och 22 procent.

I juli litade 25 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras medan 15 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 juli uppskattade 47 procent av konsumenterna att arbetslösheten ökar under det följande året och 17 procent trodde att arbetslösheten minskar. I juni var motsvarande andelar 41 och 21 procent.

Av de sysselsatta antog 23 procent i juli att risken för arbetslöshet ökat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 12 procent bedömde att risken minskat. Av de sysselsatta upplevde 19 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I juli bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,6 procent under de följande 12 månaderna. I juli 2014 var konsumenternas inflationsförväntningar 2,7 procent. Långtidsmedelvärdet är 2,2 procent.

## Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 47 procent i juli att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Av konsumenterna avsåg 33 procent att minska och bara 19 procent att öka användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året. Av hushållen avsåg 16 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och 7 procent bostad. Nitton procent av hushållen planerade att spendera pengar på reovering av bostaden inom ett år.

## Sparande och låntagning

I juli antog 55 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 62 procent sparat och 73 procent trodde att de kan spara under det följande året. Konsumenterna sparar främst för sämre tider eller för semestern. De vanligaste placeringsobjekten efter de populära tidsbundna kontona och placeringskontona är placeringsfonder.

I juli bedömde 64 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Av hushållen planerade bara 11 procent att ta lån inom ett år.

### Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	07/2014	06/2015	07/2015	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,8	22,9	-6,5	9,4	10,8	6,9	-
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,4	14,1	2,3	6,3	6,3	5,8	-
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	3,2	25,3	-27,1	5,3	5,7	2,1	=
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	2,7	1,4	1,6	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	-3,4	27,6	-51,1	-15,0	-11,4	-17,4	-
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	-1,2	7,6	-18,8	-6,0	-6,2	-6,6	-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	18,2	41,8	-14,2	5,0	9,7	17,9	=
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	10,8	36,8	-19,6	4,3	2,1	6,5	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	16,9	42,0	-47,1	11,7	21,5	19,0	=
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,0	52,2	10,9	40,8	42,7	37,4	=

**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. Undersökningens bruttourvalsstorlek är 2 350 personer varje månad. I juli 2015 var bortfallet av svar 47,6 procent. Bortfallet omfattar förutom dem som vägrat eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunnat nå.

### 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 över 40 procent erhålls svar från lite flera än 1 300 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

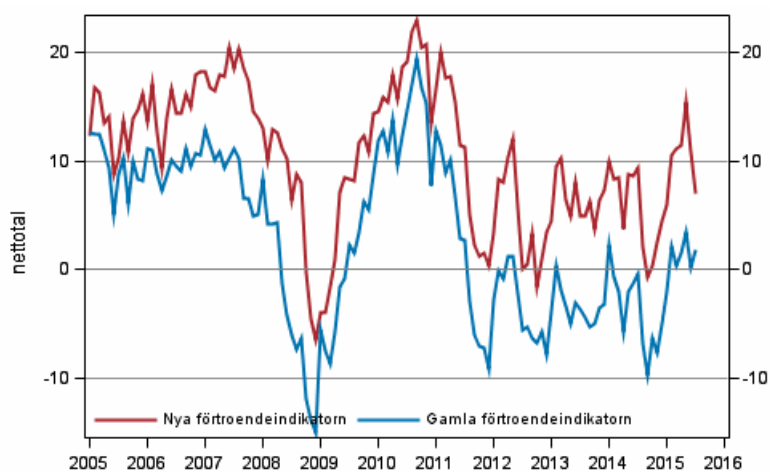
## Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	07/2014	06/2015	07/2015	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,8	22,9	-6,5	9,4	10,8	6,9	-
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,3	19,4	-15,0	-0,4	0,2	1,8	-
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,2	33,4	9,5	25,9	26,3	24,3	=
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,1	22,8	-39,1	-4,8	-2,8	-7,7	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,0	9,8	-4,0	0,4	-0,0	2,8	-
- Bättre (%)	23,4	30,6	16,5	20,9	18,8	21,7	
- Sämre (%)	16,3	22,7	11,4	20,1	18,2	16,7	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	6,3	6,3	5,8	-
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	23,9	26,3	24,6	
- Sämre (%)	11,2	17,6	6,6	13,9	14,9	14,5	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-2,5	29,5	-60,9	-19,0	-20,5	-19,6	-
- Bättre (%)	26,4	62,1	2,0	11,8	11,5	11,9	
- Sämre (%)	28,1	88,5	4,2	43,6	45,6	44,3	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,2	25,3	-27,1	5,3	5,7	2,1	=
- Bättre (%)	30,9	57,3	11,6	35,2	36,0	33,4	
- Sämre (%)	22,9	57,3	6,0	22,7	22,2	26,0	
B5 Inflationen nu (procent)	2,4	5,8	-2,0	3,1	0,6	0,8	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	2,7	1,4	1,6	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,4	27,6	-51,1	-15,0	-11,4	-17,4	-
- Mindre (%)	30,3	60,8	6,4	18,3	21,2	16,7	
- Mera (%)	34,3	83,3	6,9	45,0	40,9	47,2	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,2	7,6	-18,8	-6,0	-6,2	-6,6	-
- Minskat (%)	12,9	20,0	5,3	12,7	9,8	11,5	
- Ökat (%)	17,0	31,9	7,9	23,7	20,1	23,3	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,2	41,8	-14,2	5,0	9,7	17,9	=
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,5	62,4	29,6	40,8	42,3	47,1	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,3	45,7	17,7	35,8	32,6	29,2	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,8	36,8	-19,6	4,3	2,1	6,5	-
- Bra tid (%)	58,1	80,7	33,4	52,6	50,5	55,1	
- Dålig tid (%)	36,2	58,5	15,5	42,8	44,7	40,5	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,9	42,0	-47,1	11,7	21,5	19,0	=
- Bra tid (%)	61,7	78,2	13,3	57,5	64,1	63,5	
- Dålig tid (%)	31,2	83,4	12,1	36,6	30,4	32,0	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,2	35,1	14,7	30,8	29,9	29,9	+
- Kan spara (%)	59,3	70,0	38,6	63,2	62,5	61,7	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	6,5	7,5	7,8	

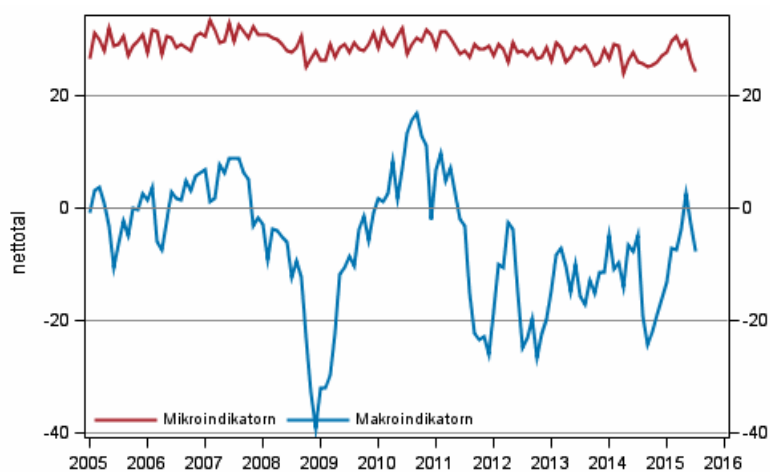
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	07/2014	06/2015	07/2015	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,0	52,2	10,9	40,8	42,7	37,4	=
- Kan spara (%)	73,7	82,3	56,6	74,5	76,9	72,9	
- Kan inte spara (%)	24,4	40,3	16,5	24,8	22,0	26,0	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,2	17,8	9,1	12,1	10,5	10,9	--
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,3	4,9	4,3	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,2	6,8	5,5	6,6	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,7	-2,4	-18,2	-13,3	-13,7	-10,6	-
- Mera (%)	21,7	30,8	13,9	16,9	16,2	18,9	
- Mindre (%)	32,7	40,4	26,5	35,2	34,6	32,8	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	15,3	15,5	16,2	-
- Mycket sannolikt (%)	8,6	12,1	5,1	7,6	7,0	9,3	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	7,7	8,5	6,8	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	6,9	4,4	6,7	=
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	2,9	2,2	3,1	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,0	2,2	3,6	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	18,0	20,7	19,0	=
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	13,8	14,7	12,9	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	4,2	6,0	6,1	

# Figurbilagor

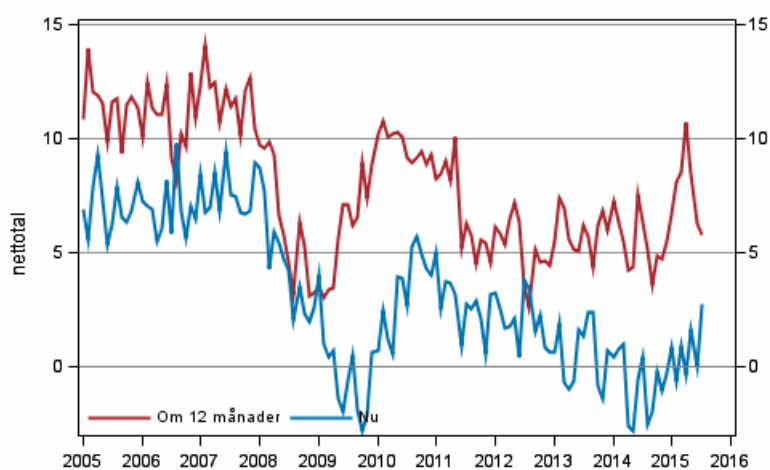
## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer

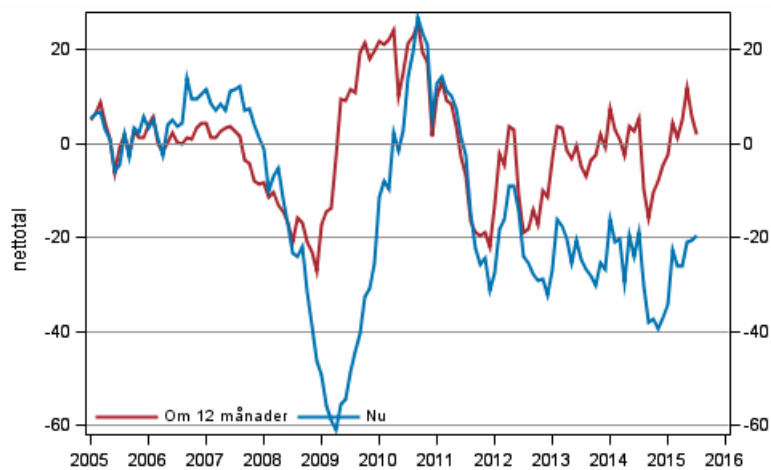


## Figurbilaga 3. Egen ekonomi

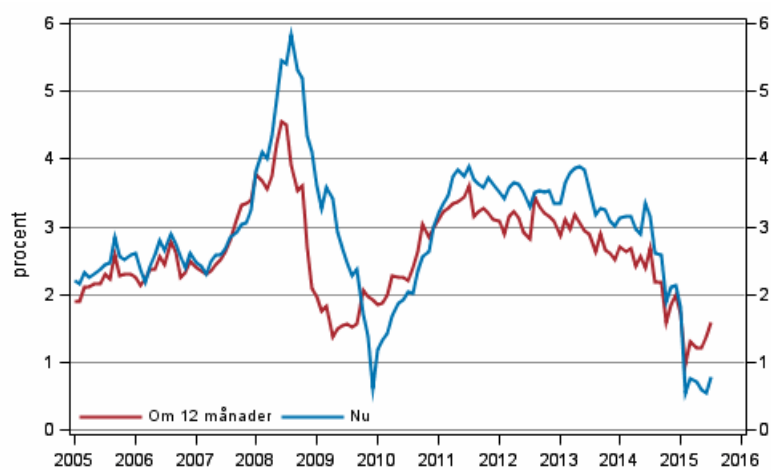




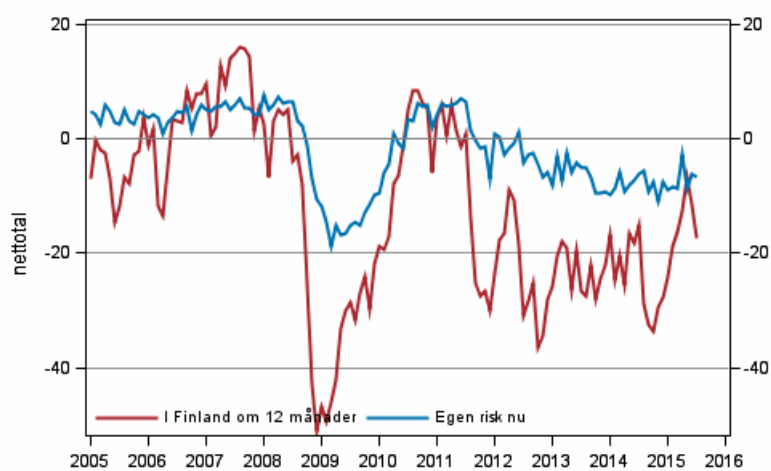
**Figurbilaga 4. Finlands ekonomi**



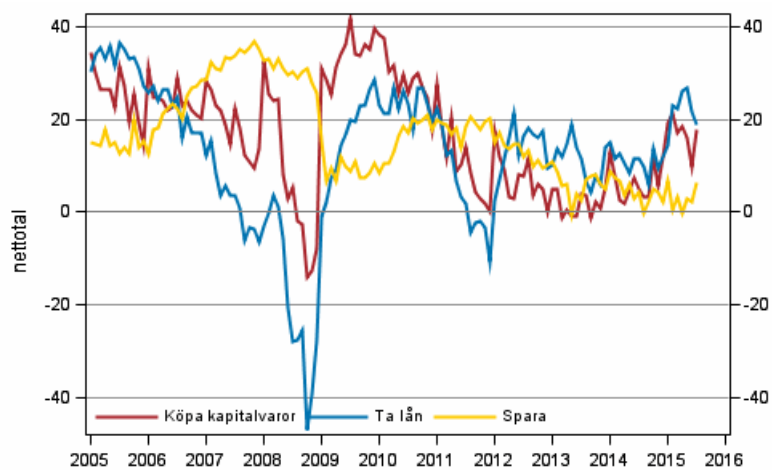
**Figurbilaga 5. Inflation**



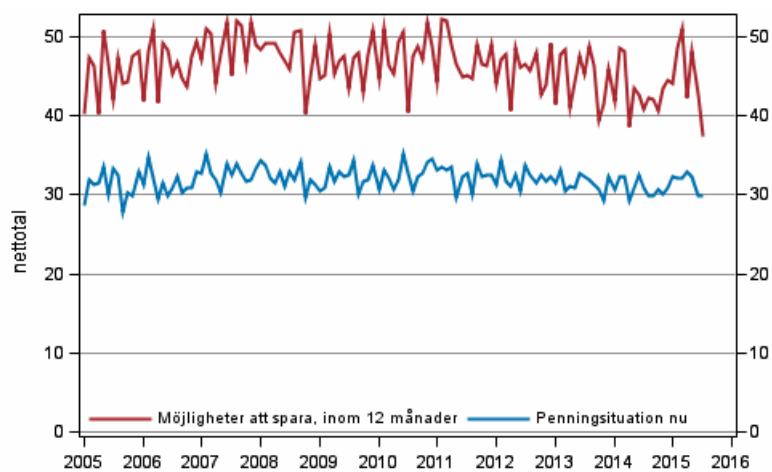
**Figurbilaga 6. Arbetslöshet**



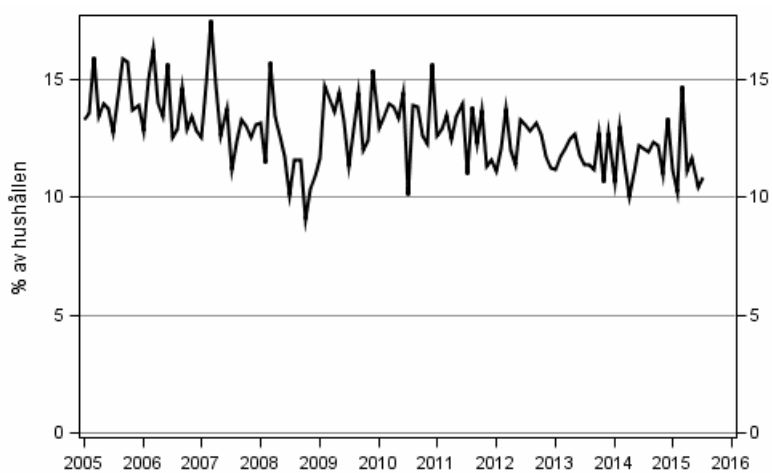
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



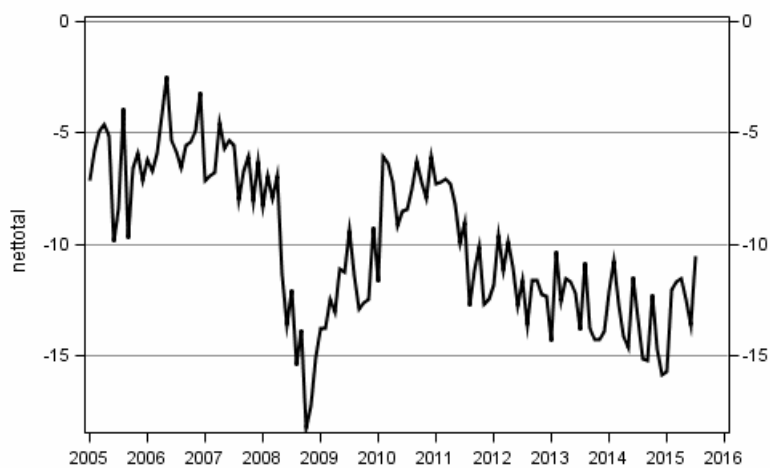
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara**



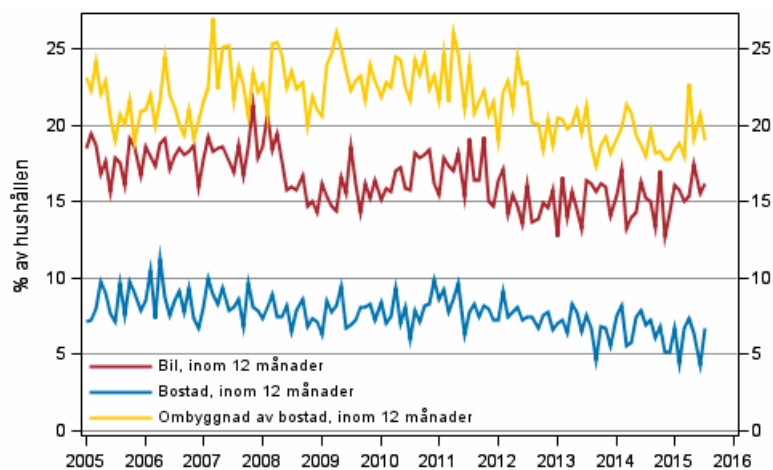
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



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



**Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa**



## Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598  
Ansvarig statistikdirektör:  
Riitta Harala

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

Källa: Konsumentbarometern 2015, juli. Statistikcentralen