

Konsumentbarometern

2015, maj

Konsumenternas tro på ekonomin starkare än på fyra år

Konsumenternas förtroende för ekonomin stärktes ytterligare i maj. Konsumenternas förtroendeindikator var i maj 15,5 medan den i april var 11,4 och i mars 11,2. Förtroendet för ekonomin har senast varit så här starkt våren 2011. I maj i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 8,7. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,9. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades 4–19 maj 1 315 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 05/2015

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades i maj förväntningarna på Finlands ekonomi, den allmänna arbetslösheten och hushållens möjligheter att spara jämfört med april. Däremot försvagades konsumenternas förväntningar på den egna ekonomin i någon mån. Konsumenternas syn på arbetslösheten var fortfarande ganska dystra trots förbättringen. Däremot var synen på Finlands ekonomi i maj den ljusaste sedan februari 2011.

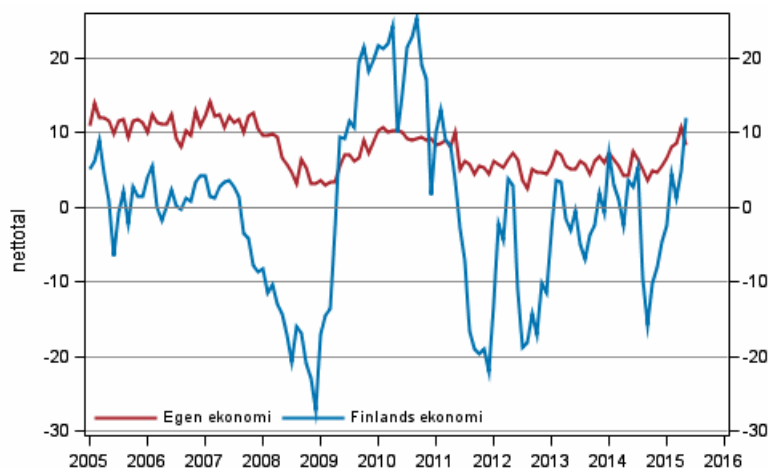
Konsumenterna ansåg i maj att tidpunkten var fördelaktigare för att ta lån än för att köpa kapitalvaror eller allra minst för att spara. I maj oroade sig sysselsatta konsumenter mer än i april för att själva råka ut för arbetslöshet.

Egen och Finlands ekonomi

I maj trodde 42 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 17 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i april 33 och 21 procent och för ett år sedan i maj 34 och 24 procent.

I maj litade 27 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 13 procent befarade att den blir sämre inom ett år. För ett år sedan var motsvarande andelar 22 och 14 procent.

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



Arbetslöshet och inflation

I maj uppskattade 36 procent av konsumenterna att arbetslösheten ökar under det följande året och 26 procent trodde att arbetslösheten minskar. Motsvarande andelar var i april 42 och 20 procent och för ett år sedan 47 och 18 procent.

Av de sysselsatta antog 24 procent i maj att risken för arbetslöshet ökat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 10 procent bedömde att risken minskat. Av de sysselsatta upplevde 23 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

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

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 47 procent i maj att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Av hushållen avsåg 17 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och bara 6 procent bostad. Av hushållen planerade 19 procent att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

Sparande och låntagning

Totalt 52 procent av konsumenterna ansåg i maj att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 64 procent sparat och 80 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I maj ansåg 69 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Av hushållen planerade dock bara 12 procent att ta lån inom ett år.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	05/2014	04/2015	05/2015	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,9	22,9	-6,5	8,7	11,4	15,5	+
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,4	14,1	2,3	4,3	10,7	8,4	=
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	3,2	25,3	-27,1	3,6	5,0	11,9	+
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	2,6	1,2	1,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	-3,3	27,6	-51,1	-16,5	-12,5	-6,6	=
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	-1,1	7,6	-18,8	-8,2	-2,8	-8,7	--
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	18,2	41,8	-14,2	4,6	18,6	16,1	=
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	10,8	36,8	-19,6	6,1	-0,1	2,9	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	16,9	42,0	-47,1	8,4	26,1	26,8	+
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,0	52,2	10,9	43,5	42,2	48,1	+

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 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 maj var bortfallet av svar 43,8 procent (urvalet 2 341 personer i maj). 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 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.

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

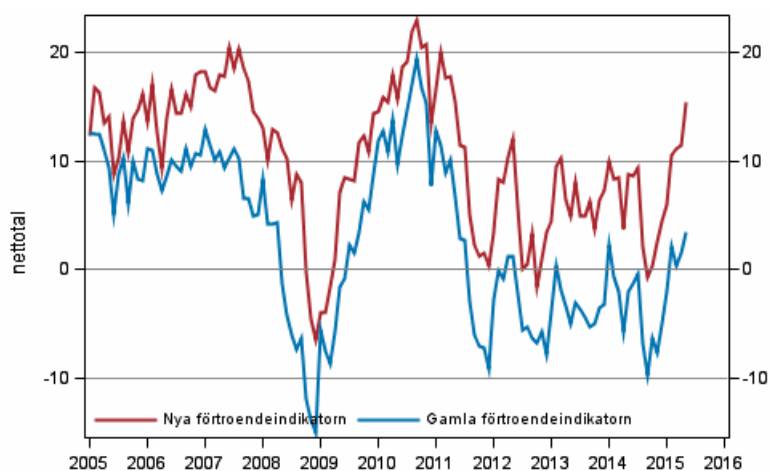
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	05/2014	04/2015	05/2015	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,9	22,9	-6,5	8,7	11,4	15,5	+
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,3	19,4	-15,0	-2,0	1,6	3,4	-
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,2	33,4	9,5	26,2	28,6	29,6	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,0	22,8	-39,1	-6,5	-3,8	2,6	=
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,0	9,8	-4,0	-2,8	-0,4	1,6	-
- Bättre (%)	23,5	30,6	16,5	17,6	18,1	19,4	
- Sämre (%)	16,3	22,7	11,4	22,2	18,8	17,9	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	4,3	10,7	8,4	=
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	22,0	28,4	27,1	
- Sämre (%)	11,2	17,6	6,6	14,4	11,1	12,6	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-2,4	29,5	-60,9	-19,5	-26,2	-20,9	-
- Bättre (%)	26,5	62,1	2,0	13,3	9,1	11,8	
- Sämre (%)	28,0	88,5	4,2	45,3	51,9	46,3	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,2	25,3	-27,1	3,6	5,0	11,9	+
- Bättre (%)	30,8	57,3	11,6	33,8	33,3	41,5	
- Sämre (%)	22,9	57,3	6,0	24,2	21,0	16,5	
B5 Inflationen nu (procent)	2,4	5,8	-2,0	2,9	0,7	0,6	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	2,6	1,2	1,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,3	27,6	-51,1	-16,5	-12,5	-6,6	=
- Mindre (%)	30,4	60,8	6,4	18,4	19,5	25,8	
- Mera (%)	34,2	83,3	6,9	47,3	41,8	36,4	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,1	7,6	-18,8	-8,2	-2,8	-8,7	--
- Minskat (%)	12,9	20,0	5,3	9,5	14,4	9,9	
- Ökat (%)	16,9	31,9	7,9	23,0	20,2	24,1	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,2	41,8	-14,2	4,6	18,6	16,1	=
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,5	62,4	29,6	39,4	47,0	47,0	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,2	45,7	17,7	34,8	28,4	30,9	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,8	36,8	-19,6	6,1	-0,1	2,9	-
- Bra tid (%)	58,2	80,7	33,4	53,7	49,5	51,7	
- Dålig tid (%)	36,2	58,5	15,5	40,8	46,1	43,9	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,9	42,0	-47,1	8,4	26,1	26,8	+
- Bra tid (%)	61,6	78,2	13,3	54,4	68,1	68,6	
- Dålig tid (%)	31,2	83,4	12,1	39,5	26,5	26,6	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,2	35,1	14,7	30,8	33,0	32,2	+
- Kan spara (%)	59,3	70,0	38,6	63,9	64,2	63,9	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	7,3	6,3	6,4	

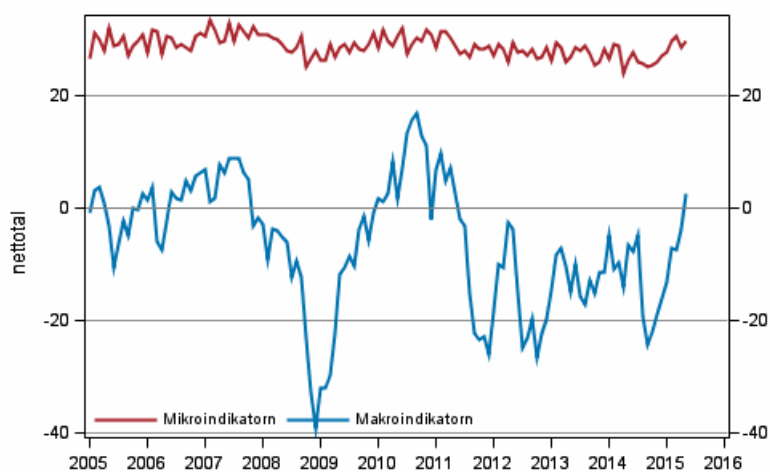
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	05/2014	04/2015	05/2015	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,0	52,2	10,9	43,5	42,2	48,1	+
- Kan spara (%)	73,7	82,3	56,6	77,7	75,6	79,6	
- Kan inte spara (%)	24,4	40,3	16,5	21,6	23,5	19,3	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,2	17,8	9,1	11,0	11,1	11,7	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	4,8	5,8	4,9	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,2	6,2	5,4	6,7	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal)	-8,7	-2,4	-18,2	-14,6	-11,6	-12,4	--
- Mera (%)	21,7	30,8	13,9	13,9	17,3	16,8	
- Mindre (%)	32,7	40,4	26,5	34,3	32,2	33,4	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	14,2	15,3	17,4	+
- Mycket sannolikt (%)	8,6	12,1	5,1	6,7	8,4	8,1	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	7,6	6,9	9,3	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	7,5	7,4	6,4	-
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	3,3	3,1	2,8	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,2	4,3	3,6	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	19,3	22,7	19,1	=
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	14,5	15,6	13,3	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	4,8	7,1	5,9	

Figurbilagor

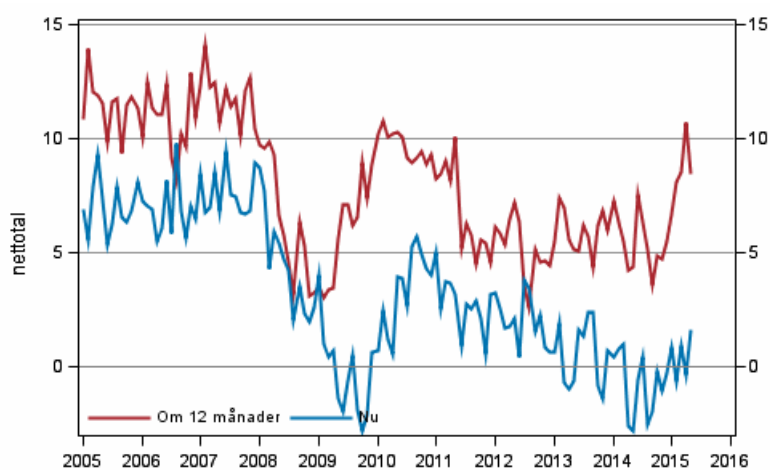
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



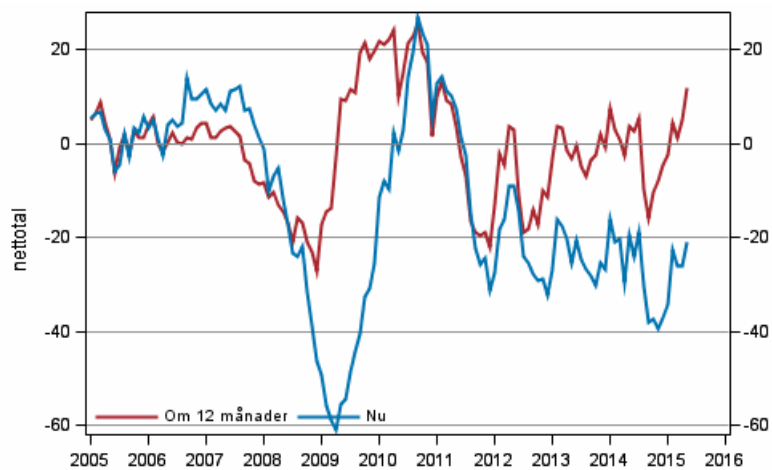
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



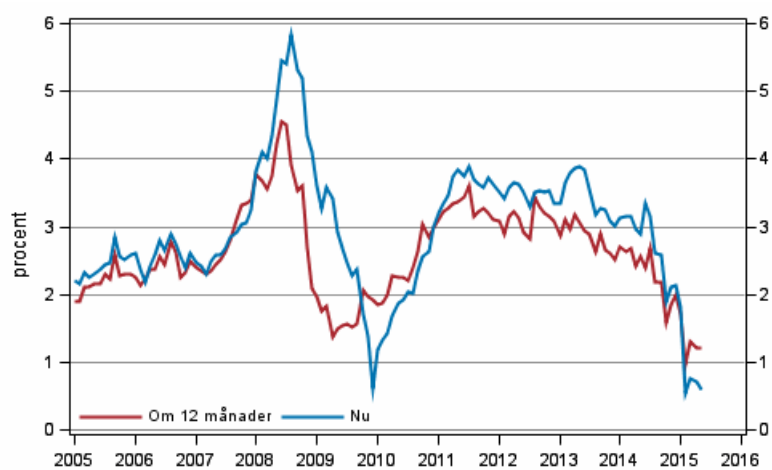
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



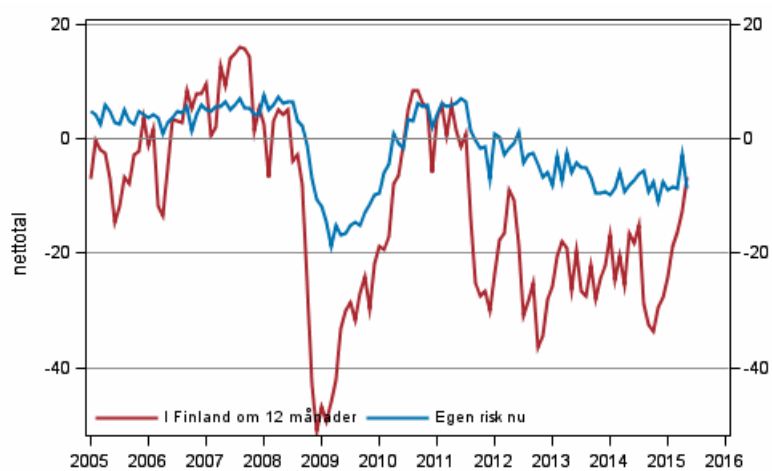
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



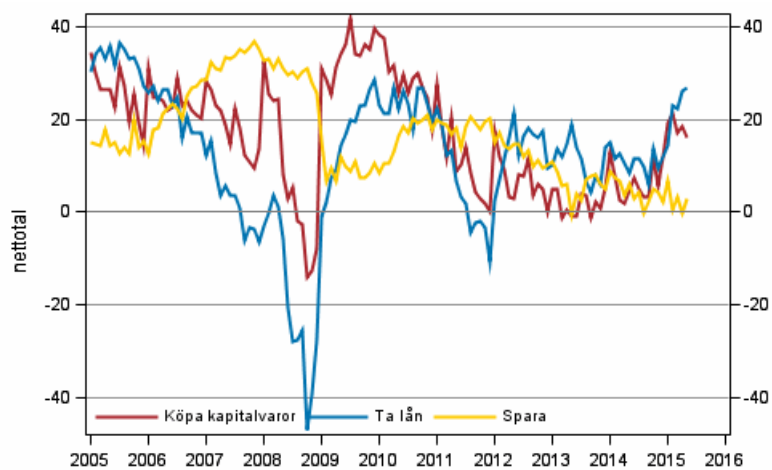
Figurbilaga 5. Inflation



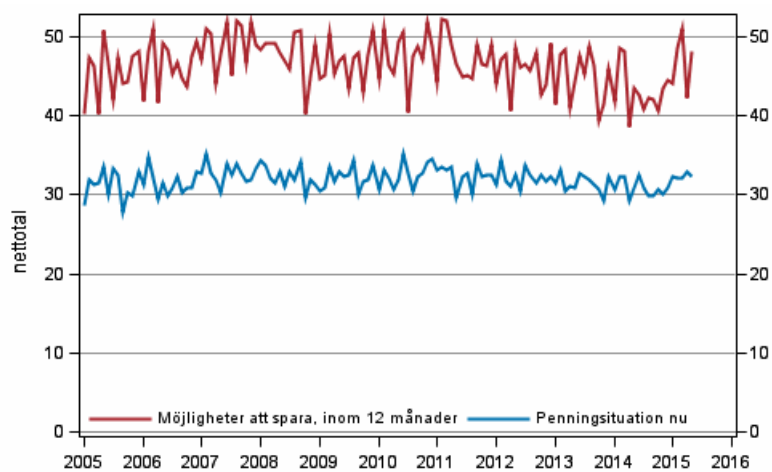
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



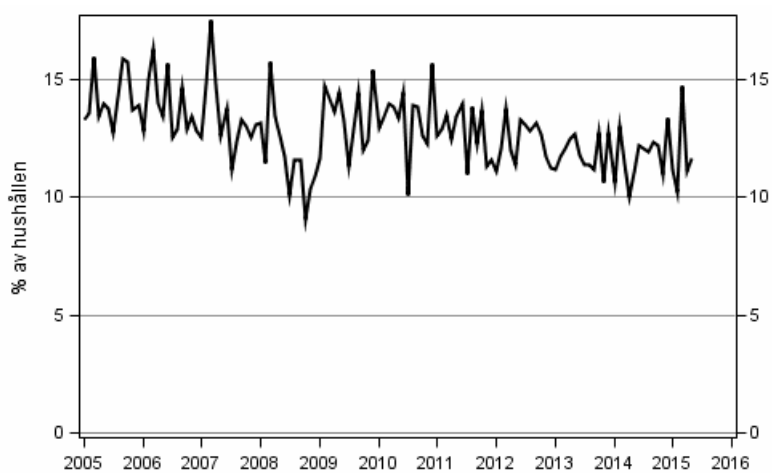
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



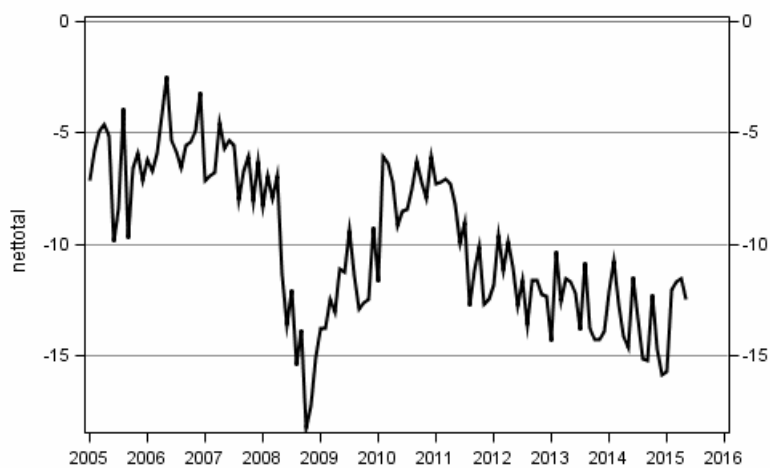
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



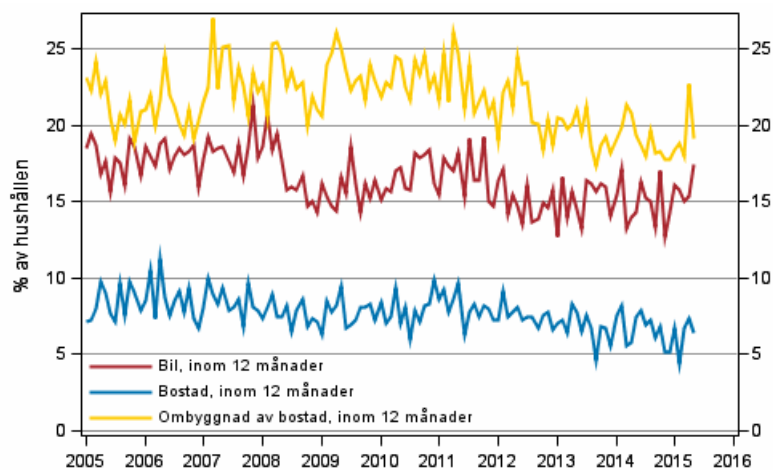
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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
www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2015, maj. Statistikcentralen