

Konsumentbarometern

2016, oktober

Konsumenternas förtroende är på en bra nivå

Konsumenternas förtroendeindikator var i oktober 15,8, då den i september var 14,4 och i augusti 15,7. I oktober i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 1,3. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,7. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades 3–19 oktober 1 252 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 10/2016

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades i oktober förväntningarna något på den egna och på Finlands ekonomi samt på de egna möjligheterna att spara jämfört med september. Synen på den allmänna arbetslöshetsutvecklingen var ungefär oförändrad. Jämfört med motsvarande period i fjol förstärktes alla delfaktorer betydligt i oktober.

I oktober var konsumenternas förväntningar på Finlands ekonomi ljusa. Förväntningarna på konsumentens egen ekonomi och den allmänna arbetslösheten var på samma nivå som långtidsmedelvärdet. Konsumenterna ansåg att de egna möjligheterna att spara är goda under de följande 12 månaderna.

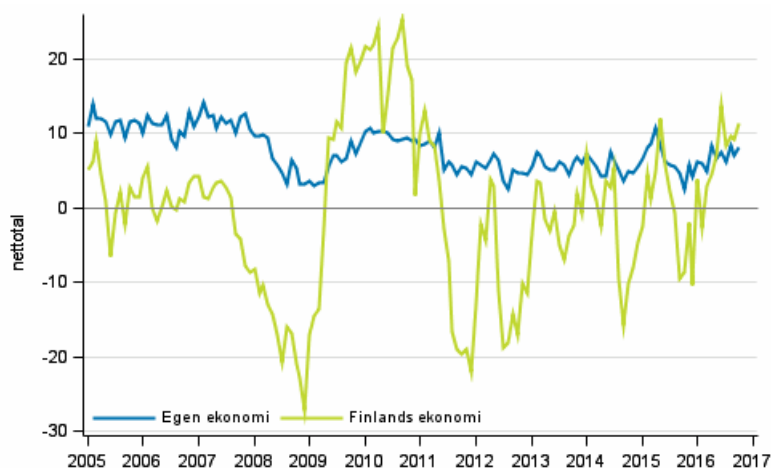
De tyckte också att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror och särskilt för att ta lån, men inte särskilt gynnsam för att spara. I oktober oroade sig sysselsatta konsumenter i någon mån för att själva råka ut för arbetslöshet.

Egen och Finlands ekonomi

I oktober trodde 41 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Sjuttionio procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i september 39 och 19 procent och i oktober för ett år sedan pessimistiska 27 och 37 procent.

I oktober litade 26 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 andelarna 22 och 18 procent.

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



Arbetslöshet och inflation

I oktober litade 30 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under följande år och 32 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. En månad tidigare var motsvarande andelar 28 och 30 procent och för ett år sedan dystra 12 och 60 procent.

Av de sysselsatta antog 13 procent i oktober att risken för arbetslösheten minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 18 procent antog att risken hade ökat. Av de sysselsatta upplevde 23 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I oktober uppskattade konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,5 procent under de följande 12 månaderna. Inflationförväntningen var för ett år sedan 1,2 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 47 procent i oktober att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. De allmänna planerna på att använda pengar var fortfarande återhållsamma. Av hushållen hade 16 procent för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil och 7 procent bostad inom ett år. I oktober planerade 18 procent av hushållen att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

Sparande och låntagning

I oktober tyckte 57 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 68 procent sparat och 78 procent trodde att de kan spara under det följande året. Långtidsmedelvärdet för andelen hushåll som sparar är 60 och 74 procent. I oktober avsåg konsumenterna främst att spara för sämre tider eller för semesterresa. De näst vanligaste placeringsobjekten som konsumenterna planerade att placera i, efter olika bankkonton, var placeringsfonder.

I oktober ansåg 73 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Något fler än vanligt, dvs. 14 procent av hushållen, övervägde att ta lån inom ett år – i huvudsak för bostadsaktier eller konsumtion.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I oktober var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen och i Norra Finland. Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de mest optimistiska. Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärer och arbetslösa.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	10/2015	09/2016	10/2016	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,7	22,9	-6,5	1,3	14,4	15,8	+
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,3	14,1	2,3	2,5	7,1	8,0	=
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	3,2	25,3	-27,1	-8,7	9,2	11,4	+
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,2	1,3	1,5	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	-4,1	27,6	-51,1	-27,7	-1,7	-2,0	=
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	-1,5	7,6	-18,8	-5,7	-3,1	-3,2	-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	18,3	41,8	-14,2	15,6	21,4	22,4	+
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	10,4	36,8	-19,6	2,5	3,7	8,3	=
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	17,4	42,0	-47,1	14,4	29,5	31,3	+
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,4	52,2	10,9	39,1	42,9	45,6	+

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.

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, inom 12 månader.....	11

1. Metoden för konsumentbarometern

Konsumentbarometern är en telefonintervjuundersökning (survey) med hjälp av vilken man mäter de finländska konsumenternas uppfattningar – 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 apparater är i hushållen. I konsumentbarometern finns färdiga svarsalternativ (en kvalitativ undersökning).

De första barometerintervjuerna gjordes i november 1987. Ända till 1991 gjordes undersökningen 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 och med delfinansiering från EU-kommissionen.

Till populationen i konsumentbarometern hör 4,5 miljoner personer i åldern 15–84 år och deras 2,6 miljoner hushåll i Finland. Ett urval av 2 350 personer samplas för undersökningen för varje månad. Samma urval används också i datainsamlingen för den finländska reseundersökningen. Undersökningsområdet omfattar hela landet, och konsumentbarometerns uppgiftslämnare representerar landets befolkning ifråga om ålder, kön, bostättningsområde och modersmål.

Konsumentbarometerns intervjuer görs från Statistikcentralens telefonintervjucentral (CATI) under de två eller tre första veckorna av månaden. I oktober 2016 erhöles svar från 1 252 personer; därmed var bortfallet av svar 46,7 procent (inkl. övertäckning). Bortfallet omfattar förutom dem som vägrade eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunde nå.

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

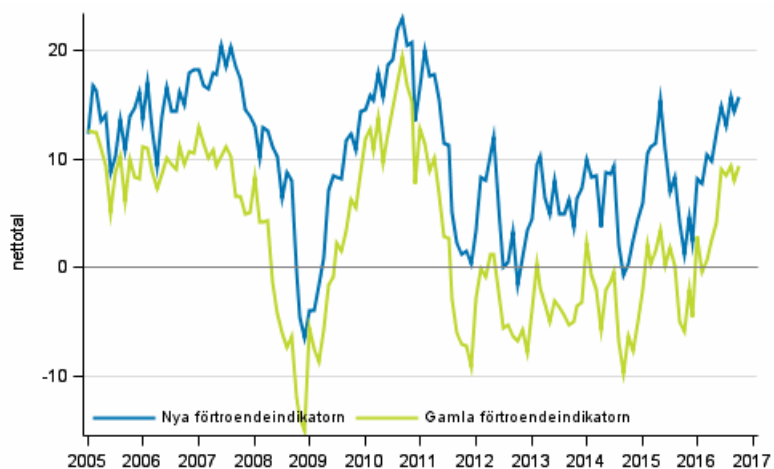
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	10/2015	09/2016	10/2016	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,7	22,9	-6,5	1,3	14,4	15,8	+
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,0	19,4	-15,0	-5,9	8,1	9,4	+
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,4	33,4	9,5	23,4	27,5	29,0	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,5	22,8	-39,1	-18,2	3,8	4,7	+
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,8	9,8	-4,0	-2,5	2,7	4,5	=
- Bättre (%)	23,3	30,6	16,4	16,5	22,2	24,9	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	19,4	17,0	17,5	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	2,5	7,1	8,0	=
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	21,8	25,2	26,1	
- Sämre (%)	11,4	17,7	6,6	17,7	14,4	12,8	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-3,4	29,5	-60,9	-36,4	0,1	0,5	=
- Bättre (%)	25,7	62,1	2,0	5,4	26,3	29,0	
- Sämre (%)	29,0	88,5	4,2	63,0	23,7	25,5	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,2	25,3	-27,1	-8,7	9,2	11,4	+
- Bättre (%)	31,1	57,3	11,6	26,7	38,9	40,8	
- Sämre (%)	23,1	57,3	6,0	36,6	18,8	16,8	
B5 Inflationen nu (procent)	2,3	5,8	-2,0	0,5	0,7	0,8	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,2	1,3	1,5	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-4,1	27,6	-51,1	-27,7	-1,7	-2,0	=
- Mindre (%)	29,7	60,8	6,4	12,1	28,3	29,5	
- Mera (%)	35,0	83,3	6,9	59,8	29,9	31,9	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,5	7,6	-18,8	-5,7	-3,1	-3,2	-
- Minskat (%)	12,8	20,0	5,3	11,7	13,0	12,9	
- Ökat (%)	17,3	31,9	7,9	21,2	20,1	18,2	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,3	41,8	-14,2	15,6	21,4	22,4	+
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	44,4	47,2	46,8	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,3	45,7	17,7	28,8	25,7	24,4	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,4	36,8	-19,6	2,5	3,7	8,3	=
- Bra tid (%)	57,8	80,7	33,4	50,4	51,6	56,8	
- Dålig tid (%)	36,6	58,5	15,5	44,4	43,8	38,8	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,4	42,0	-47,1	14,4	29,5	31,3	+
- Bra tid (%)	61,9	78,2	13,3	58,4	70,1	72,7	
- Dålig tid (%)	31,0	83,4	12,1	35,2	24,1	22,3	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,4	35,1	14,7	28,7	32,4	33,3	+
- Kan spara (%)	59,7	70,0	38,6	62,3	65,9	67,6	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	9,7	7,3	7,0	

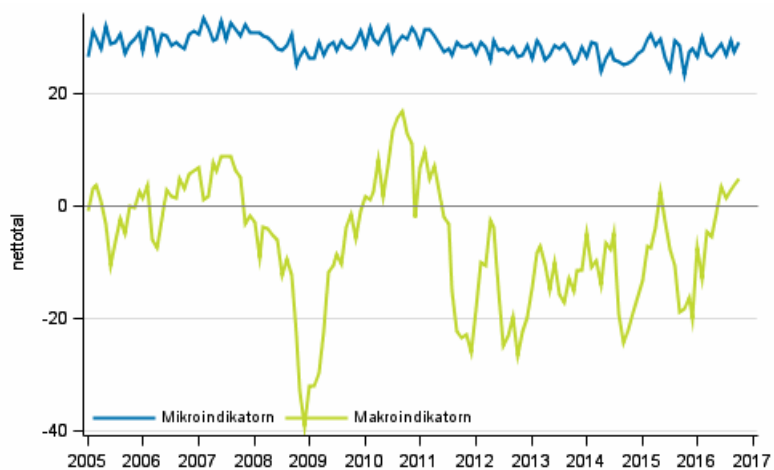
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	10/2015	09/2016	10/2016	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,4	52,2	10,9	39,1	42,9	45,6	+
- Kan spara (%)	74,0	82,3	56,6	74,2	76,7	77,9	
- Kan inte spara (%)	24,2	40,3	16,5	25,0	22,1	20,3	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,2	17,8	9,1	10,8	12,3	13,6	+
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,8	5,9	5,7	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,0	5,0	6,4	7,9	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-12,6	-10,8	-9,7	=
- Mera (%)	21,4	30,8	13,9	16,6	18,3	19,1	
- Mindre (%)	32,8	40,4	26,5	33,5	32,6	31,9	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	15,6	16,2	15,7	-
- Mycket sannolikt (%)	8,6	12,1	5,1	7,1	8,1	7,9	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	8,6	8,2	7,8	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	5,3	5,7	7,2	=
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	2,3	1,8	2,8	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	2,9	3,9	4,4	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	18,8	19,4	17,6	-
- Mycket sannolikt (%)	12,5	19,0	5,0	12,1	13,7	11,4	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,7	5,7	6,2	

Figurbilagor

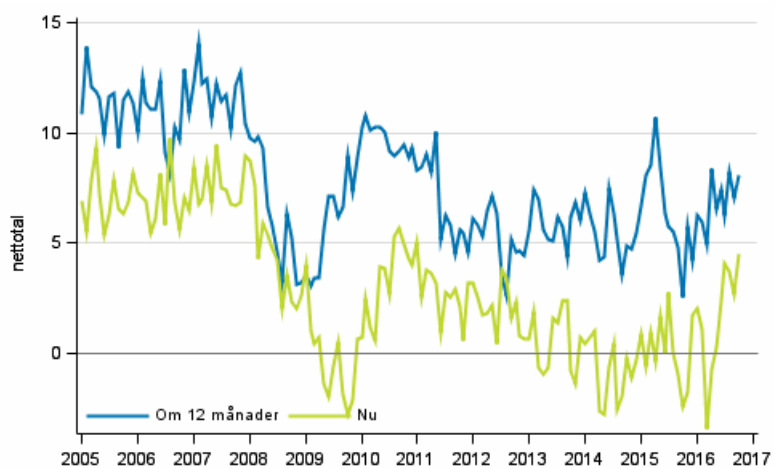
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



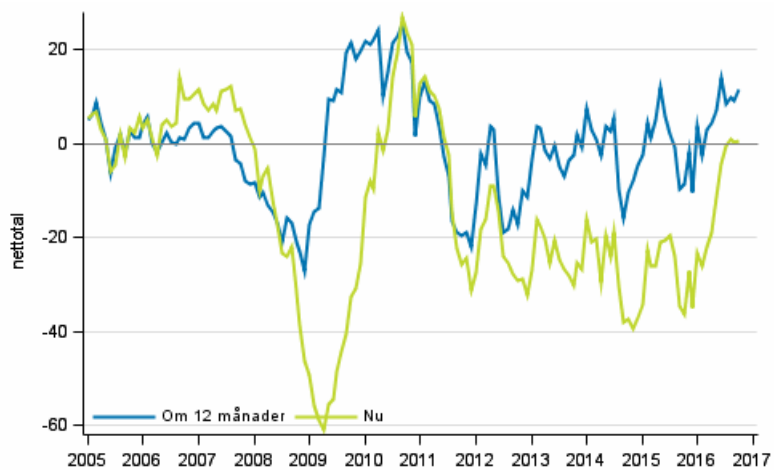
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



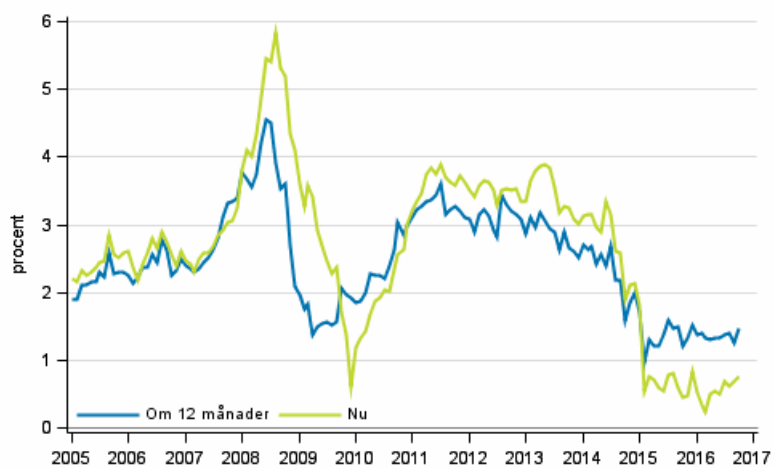
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



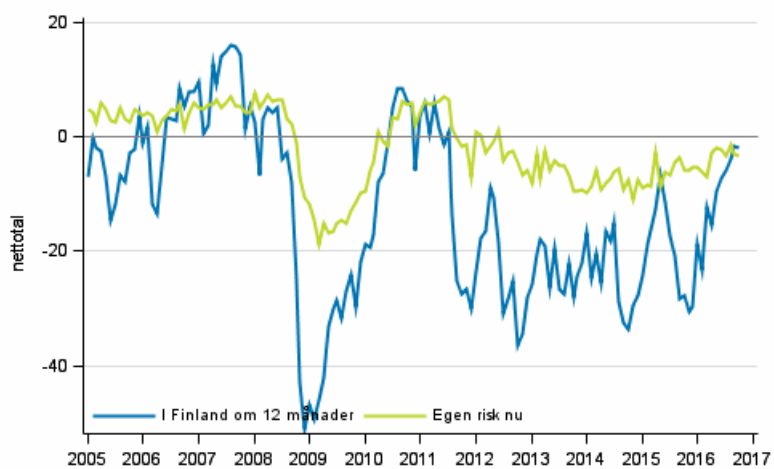
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



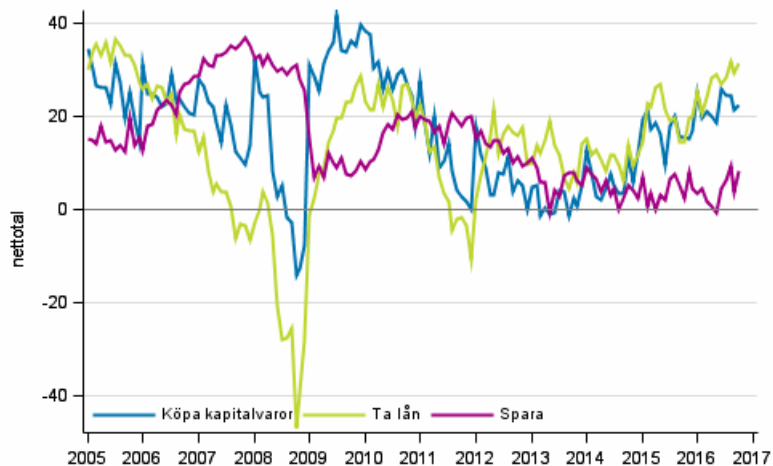
Figurbilaga 5. Inflation



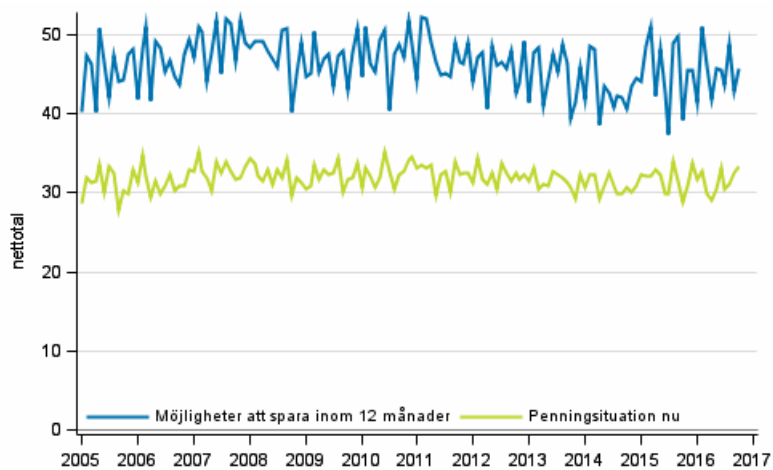
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



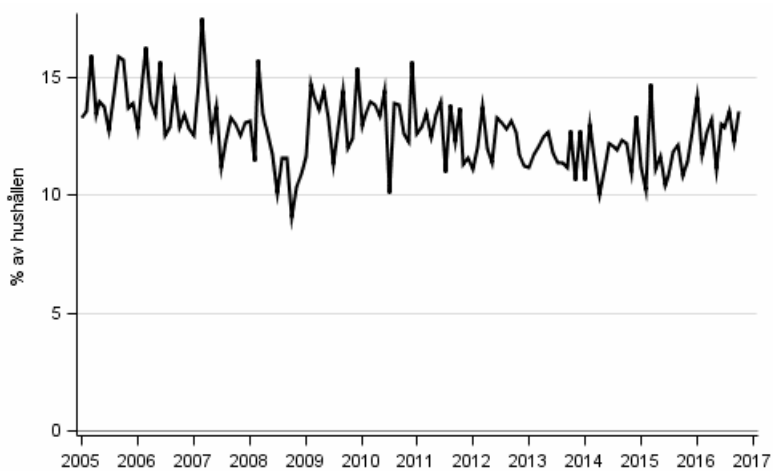
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



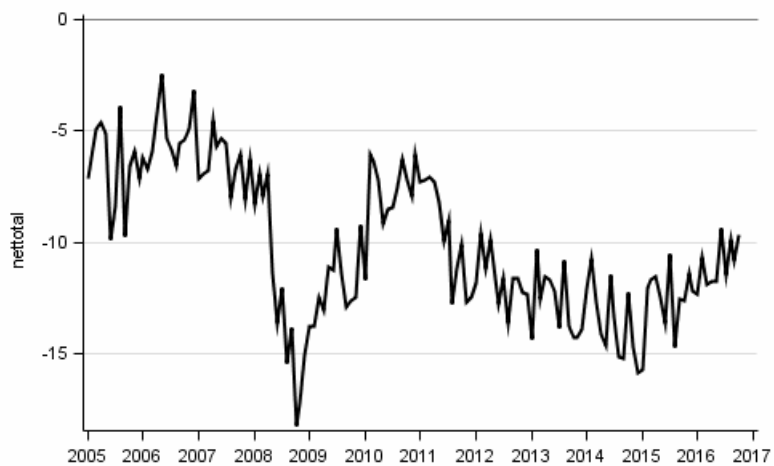
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



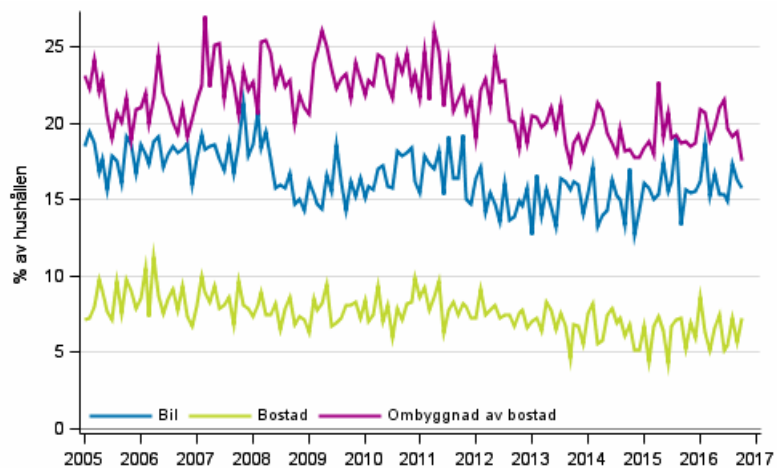
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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



Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader



Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598
Ansvarig statistikdirektör:
Jari Tarkoma

konsument.barometern@stat.fi
www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2016, oktober. Statistikcentralen