

Konsumentbarometern

2012, april

Konsumenternas syn på Finlands ekonomi återhämtar sig

Konsumenternas förtroende för ekonomin förstärktes något i april. Konsumenternas förtroendeindikator var i april 10,4 medan den i mars var 8,0 och i februari 8,3. I april var förtroendet för ekonomin på en lägre nivå än året innan och dessutom svagare än långtidsmedelvärdet. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 2–18 april 1 475 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



* medeltal 10/1995 - 04/2012

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förstärktes i april förväntningarna på Finlands ekonomi och den allmänna arbetslöshetsutvecklingen jämfört med föregående månad. När det gäller utvecklingen av arbetslösheten var uppskattningen dock fortfarande pessimistisk. Konsumenternas förväntningar på sin egen ekonomi var nästan oförändrade i april jämfört med mars. Synen på hushållets möjligheter att spara försvagades för sin del jämfört med föregående månad. Möjligheterna att spara uppskattades dock fortfarande vara bättre än långtidsmedelvärdet.

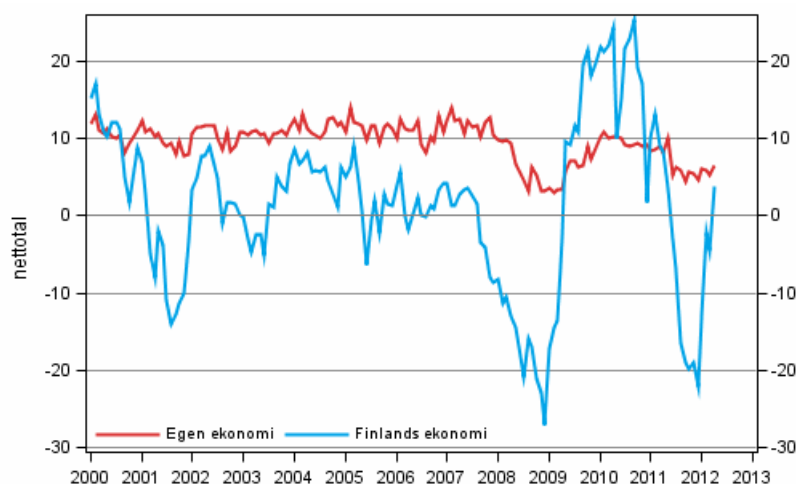
I april var konsumenternas oro för att själva råka ut för arbetslöshet så gott som oförändrad jämfört med mars. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var ganska gynnsam för att ta lån, men å andra sidan också för att spara. Däremot tyckte konsumenterna inte att det var lönsamt att köpa kapitalvaror.

Den egna och Finlands ekonomi

I april trodde 35 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 25 procent för sin del att landets ekonomi försvagas. Motsvarande andelar var i mars 27 och 32 procent och i april i fjol 36 och 19 procent.

I april litade 24 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 14 procent befarade att den blir sämre inom ett år. Året innan var andelarna 27 och 12 procent.

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



Arbetslöshet och inflation

I april litade 23 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar i Finland under det följande året och 39 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. En månad tidigare var andelarna 19 och 48 procent, medan de för ett år sedan var ganska optimistiska 35 och 23 procent.

I april bedömde 13 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 18 procent åter bedömde att risken ökat. För ett år sedan var dessa andelar 18 och 11 procent. Av de sysselsatta uppskattade 46 procent i april att risken för arbetslöshet var oförändrad och 22 procent upplevde att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I april förutspådde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 3,2 procent under de följande 12 månaderna. Konsumenternas inflationsförväntningar var i april i fjol ungefär de samma, dvs. 3,3 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

Sparande och låntagning

I april antog 60 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Motsvarande andel för ett år sedan var 63 procent. Av hushållen hade 64 procent sparat och 75 procent trodde att de kan spara under det följande året. Mest sparar konsumenterna för sämre tider. De populäraste placeringsobjekten är tidsbunda konton och placeringskonton och de vanligaste placeringsobjekten efter dem är placeringsfonder och försäkringar.

I april ansåg 61 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. För ett år sedan var motsvarande andel lika stor. I april planerade 12 procent av hushållen att ta lån inom ett år. Mest tar man lån för att köpa bostadsaktier.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 36 procent i april att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. För ett år sedan var motsvarande andel större, dvs. 45 procent. Trots det planerade många hushåll i april att under de följande sex månaderna använda sina pengar t.ex. till att resa eller inreda bostaden. Av hushållen avsåg 15 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och 8 procent bostad. I april i fjol var motsvarande andelar 17 och 9 procent.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2011	03/2012	04/2012	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,9	22,9	-6,5	17,8	8,0	10,4	-
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	8,9	14,1	2,3	8,2	5,3	6,5	-
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (netttotal)	4,5	25,3	-27,1	8,3	-4,4	3,8	+/-
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	3,3	3,1	3,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	0,4	27,6	-51,1	5,9	-16,5	-9,0	-
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (netttotal)	0,9	7,6	-18,8	6,0	-2,8	-1,7	-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	20,4	41,8	-14,2	20,1	9,0	3,1	--
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	11,7	36,8	-19,6	16,7	14,3	13,6	+/-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	17,5	42,0	-47,1	13,3	11,4	16,0	+/-
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	37,9	52,2	10,9	49,0	47,7	40,6	+/-

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.

Undersökningens population och urval

Till populationen i konsumentbarometern hör 4,4 miljoner personer i åldern 15–84 år och 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 april var bortfallet av svar 37,2 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.

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.....	6
---	---

Tabeller

Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter.....	7
--	---

Figurer

Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator	9
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna.....	9
Figurbilaga 3. Egen ekonomi.....	9
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi	10
Figurbilaga 5. Inflationen.....	10
Figurbilaga 6. Arbetslösheten.....	10
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att.....	11
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation.....	11
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader.....	11
Figurbilaga 10. Köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt.....	12
Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader.....	12

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 35 procent erhålls svar från omkring 1 500 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

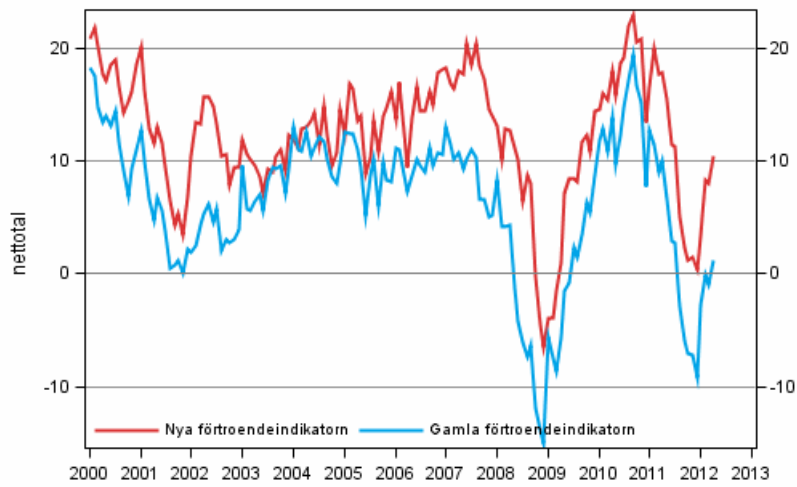
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2011	03/2012	04/2012	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,9	22,9	-6,5	17,8	8,0	10,4	-
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	8,1	19,4	-15,0	10,0	-0,9	1,2	--
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	24,8	33,4	9,5	30,2	28,2	26,1	+/-
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	2,4	22,8	-39,1	7,1	-10,4	-2,6	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,7	9,8	-4,0	3,6	1,7	1,8	--
- Bättre (%)	24,2	30,6	16,7	23,9	19,5	21,2	
- Sämre (%)	15,8	22,7	11,4	18,3	16,9	18,7	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,9	14,1	2,3	8,2	5,3	6,5	-
- Bättre (%)	26,1	33,4	18,2	26,9	23,1	24,4	
- Sämre (%)	10,6	17,2	6,6	12,4	14,4	13,5	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	1,9	29,5	-60,9	10,0	-16,1	-9,0	-
- Bättre (%)	29,6	62,1	2,0	42,1	15,2	21,8	
- Sämre (%)	23,5	88,5	4,2	22,4	42,5	36,1	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,5	25,3	-27,1	8,3	-4,4	3,8	+/-
- Bättre (%)	31,4	57,3	11,6	35,8	26,5	34,7	
- Sämre (%)	21,4	57,3	6,0	18,5	32,2	25,4	
B5 Inflationen nu (procent)	2,3	5,8	-2,0	3,7	3,6	3,6	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	3,3	3,1	3,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	0,4	27,6	-51,1	5,9	-16,5	-9,0	-
- Mindre (%)	33,5	60,8	6,4	34,9	18,5	23,1	
- Mera (%)	30,4	83,3	6,9	22,6	47,8	38,5	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,9	7,6	-18,8	6,0	-2,8	-1,7	-
- Minskat (%)	13,8	20,0	5,3	17,5	12,7	13,1	
- Ökat (%)	15,0	31,9	7,9	11,0	18,7	18,2	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	20,4	41,8	-14,2	20,1	9,0	3,1	--
- Fördelaktig tidpunkt (%)	45,4	62,4	29,6	44,6	39,9	35,8	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	25,0	45,7	17,7	24,5	30,8	32,7	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,7	36,8	-19,6	16,7	14,3	13,6	+/-
- Bra tid (%)	58,9	80,7	33,4	62,9	60,8	59,9	
- Dålig tid (%)	35,2	58,5	15,5	32,1	34,5	35,5	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,5	42,0	-47,1	13,3	11,4	16,0	+/-
- Bra tid (%)	62,2	78,2	13,3	61,2	56,4	60,7	
- Dålig tid (%)	30,3	83,4	12,1	33,2	36,3	32,5	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	27,6	35,1	14,7	33,5	31,7	31,1	+
- Kan spara (%)	58,3	70,0	38,6	67,9	65,5	63,9	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	7,0	6,2	6,8	

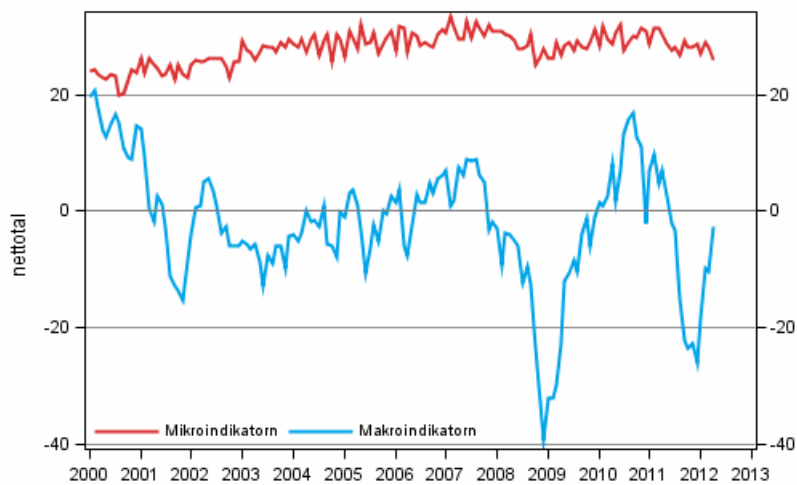
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2011	03/2012	04/2012	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	37,9	52,2	10,9	49,0	47,7	40,6	+/-
- Kan spara (%)	73,0	82,3	56,6	80,4	79,4	74,9	
- Kan inte spara (%)	25,0	40,3	16,5	19,0	19,2	23,9	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,5	17,8	9,1	12,5	13,8	12,0	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,8	5,6	5,0	
- Eventuellt (%)	7,8	11,4	5,2	6,7	8,1	7,0	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-7,9	-2,4	-18,2	-7,3	-11,2	-9,9	-
- Mera (%)	22,6	30,8	14,3	22,1	17,5	17,4	
- Mindre (%)	32,4	40,4	26,5	31,2	32,2	32,1	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,4	21,7	14,2	17,0	14,2	15,4	--
- Mycket sannolikt (%)	9,0	12,1	6,3	8,7	6,9	7,8	
- Ganska sannolikt (%)	8,4	10,4	6,2	8,3	7,2	7,6	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	8,6	7,5	7,8	+
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	3,6	3,5	3,1	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	5,0	4,0	4,6	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,6	27,0	9,8	26,1	22,9	21,2	+
- Mycket sannolikt (%)	12,2	19,0	5,0	18,5	15,0	15,5	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	7,6	7,9	5,7	

Figurbilagor

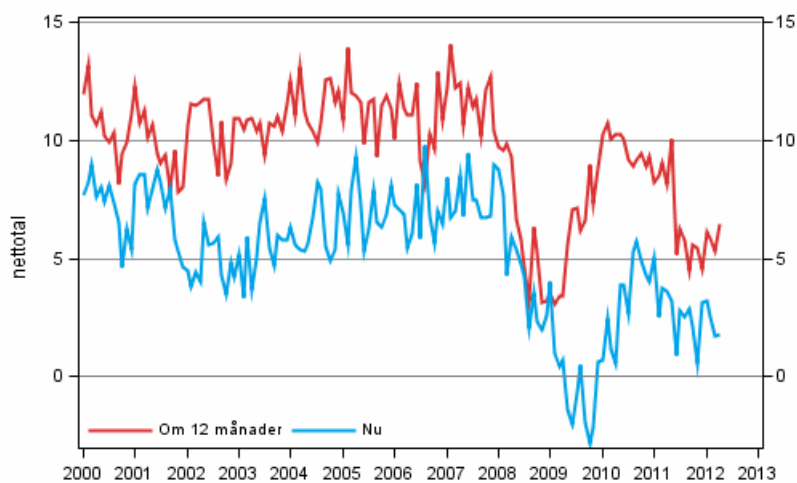
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



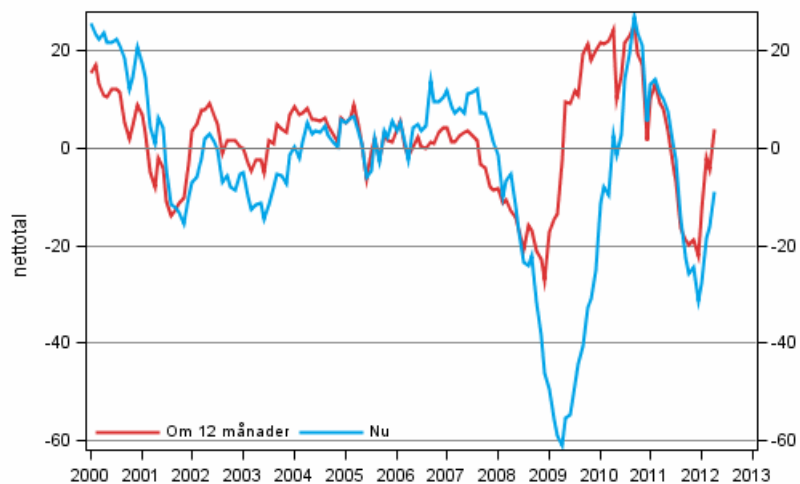
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna



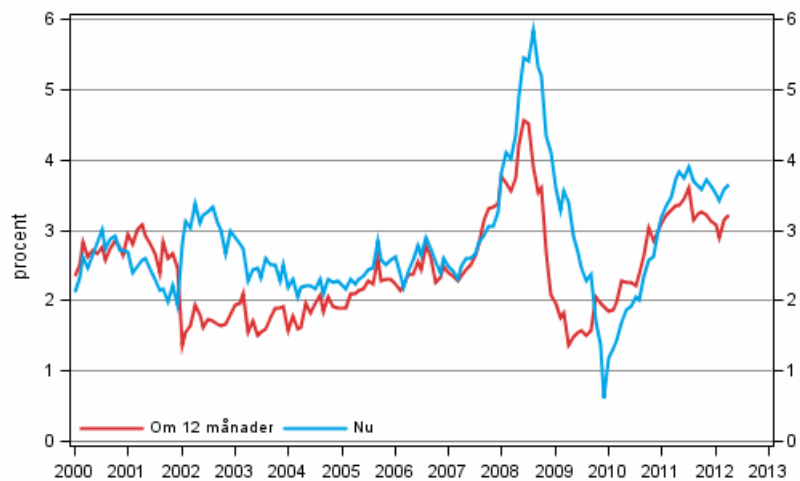
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



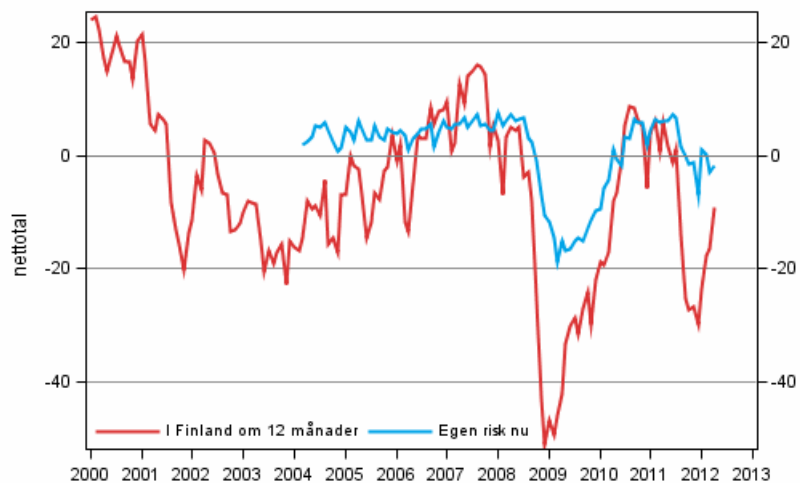
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



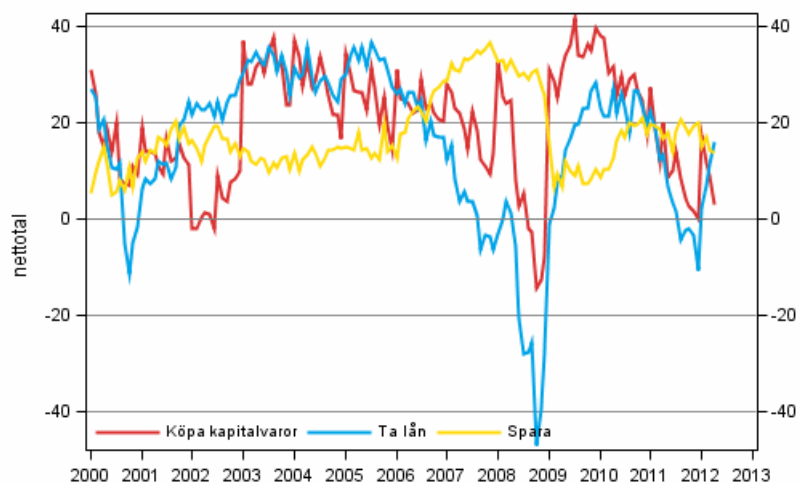
Figurbilaga 5. Inflationen



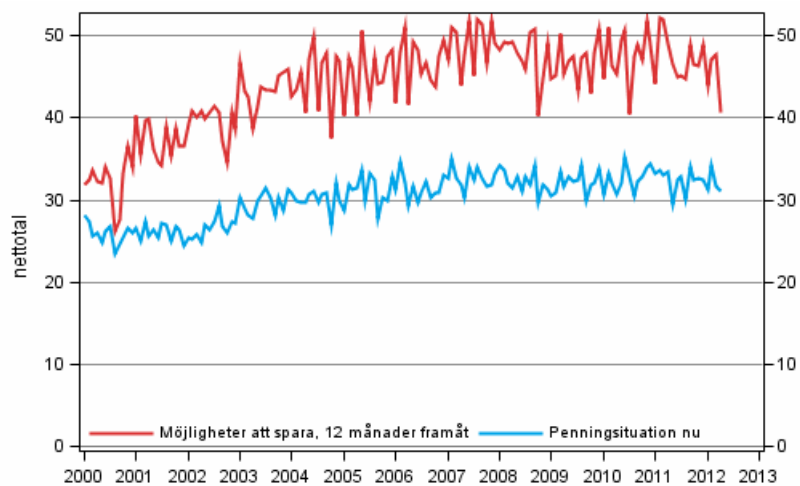
Figurbilaga 6. Arbetslösheten



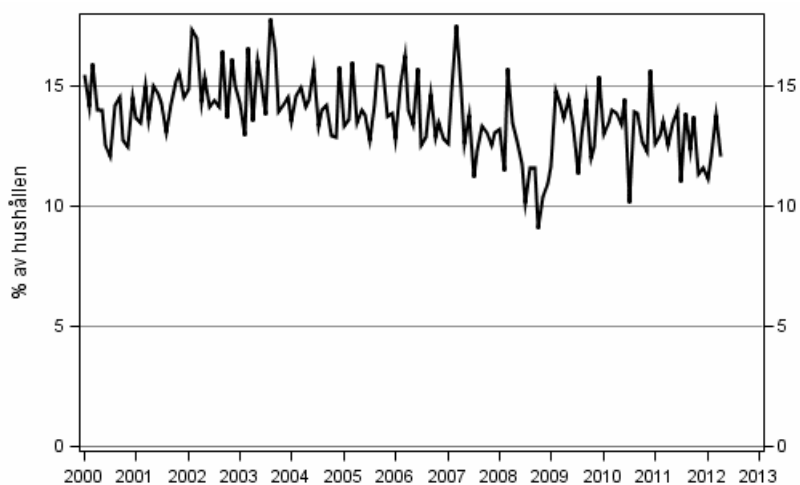
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



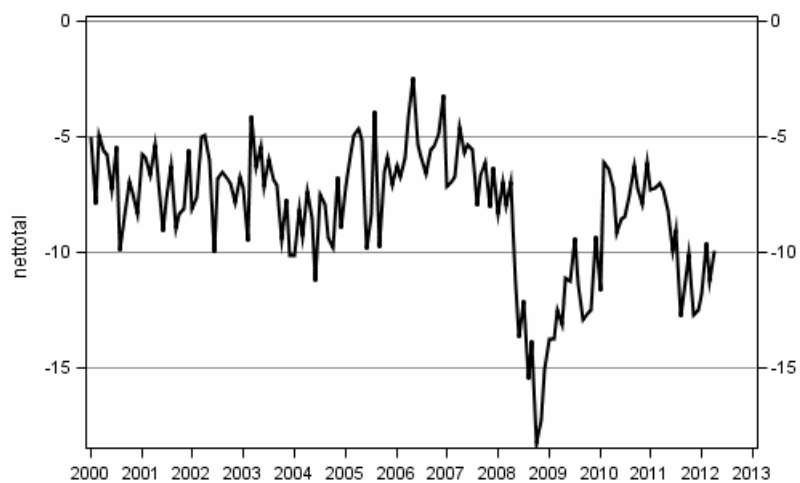
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation



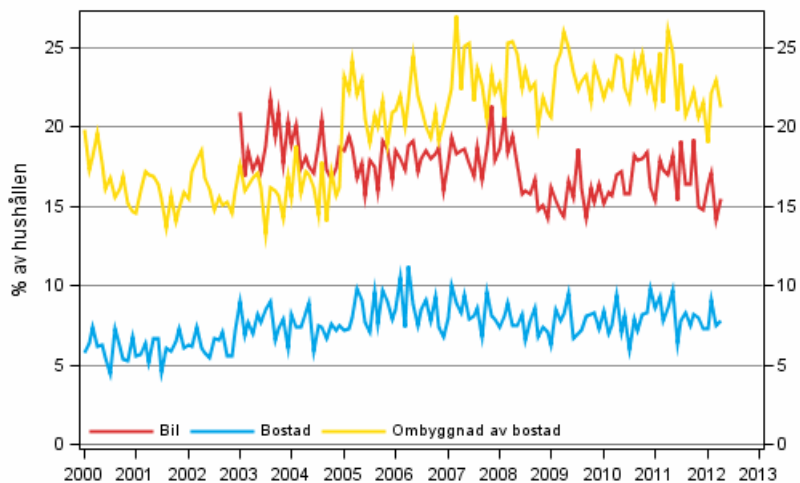
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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



Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader



Förfrågningar

Pertti Kangassalo 09 1734 3598

Tara Junes 09 1734 3503

Ansvarig statistikdirektör:

Riitta Harala

kuluttaja.barometri@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2012, april. Statistikcentralen