

Konsumentbarometern

2013, januari

Konsumenternas förtroende för ekonomin förbättras långsamt

Konsumenternas förtroendeindikator var i januari 4,5, då den i december var 3,5 och i november 1,0. Förtroendet för ekonomin var i januari något starkare än för ett år sedan (3,4), men klart svagare än långtidsmedelvärdet (12,5). Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades 2–18 januari 1 449 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



* medeltal 10/1995 - 01/2013

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades i januari förväntningarna något på den egna och på Finlands ekonomi samt på arbetslöshetsutvecklingen jämfört med föregående månad. Däremot försvagades förväntningarna på det egna hushållets möjligheter att spara. Allt som allt låg delfaktorerna i förtroendeindikatorn i januari fortfarande på en svag nivå, med undantag av möjligheterna att spara.

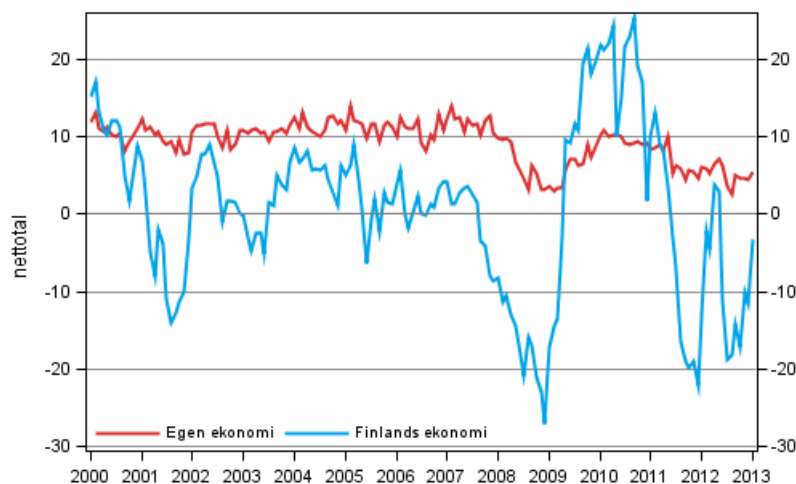
Dessutom ansåg konsumenterna i januari att tidpunkten var fördelaktigare för att spara än för att ta lån eller köpa kapitalvaror. I januari oroade sig sysselsatta konsumenter något mera än tidigare för att själva råka ut för arbetslöshet.

Egen och Finlands ekonomi

I januari trodde redan 29 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Trettiofyra procent av konsumenterna bedömde att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i december 23 och 40 procent och i januari i fjol 21 och 42 procent.

I januari litade 23 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 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 januari litade 14 procent av konsumenterna på att arbetslösheten i Finland minskar under det följande året och 59 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. För en månad sedan var motsvarande andelar 11 och 61 procent.

I januari antog 8 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 22 procent bedömde att risken ökat. För ett år sedan var motsvarande andelar 14 och 16 procent. I januari antog hälften av de sysselsatta (48 %) att risken för arbetslöshet var oförändrad och en fjärdedel (23 %) upplevde att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I januari bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,9 procent under de följande 12 månaderna. Inflationsförväntningarna var i januari 3,1 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

Sparande och låntagning

I januari ansåg 58 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Två av tre hushåll (66 %) hade sparat och tre av fyra (76 %) trodde sig kunna spara under det följande året. Den senare andelen var i december 81 procent. Hushållen sparar mest för sämre tider. De populäraste placeringsobjekten är tidsbundna konton och placeringskonton och de vanligaste efter dem är placeringsfonder och försäkringar.

Av konsumenterna ansåg 56 procent i januari att det är fördelaktigt att ta lån. I januari planerade 11 procent av hushållen att ta lån inom ett år. Detta är något färre än tidigare.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna ansåg 38 procent i januari att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Var tredje konsument (33 %) tyckte att det var en dålig idé att använda pengar för konsumtion. Trots de återhållsamma konsumtionsplanerna hade 13 procent av hushållen för avsikt att ganska eller mycket säkert köpa bil och 7 procent bostad inom ett år. I december och för ett år sedan hade dock fler hushåll, dvs. 16 procent, planer på att köpa bil. I januari planerade 21 procent av hushållen att renovera bostaden.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	01/2012	12/2012	01/2013	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,5	22,9	-6,5	3,4	3,5	4,5	--
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,7	14,1	2,3	6,1	4,4	5,5	--
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,8	25,3	-27,1	-13,0	-11,4	-3,3	-
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	3,1	3,1	2,9	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-0,7	27,6	-51,1	-23,5	-28,1	-25,8	--
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,5	7,6	-18,8	0,9	-5,8	-8,2	--
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,8	41,8	-14,2	17,6	0,1	4,9	--
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,7	36,8	-19,6	15,1	10,1	10,9	+/-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,4	42,0	-47,1	2,5	9,7	10,1	-
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	38,3	52,2	10,9	44,0	49,0	41,5	+

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 nettotal. 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 38,3 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. Framst har detta berott på att nettotalet för en delfaktor, dvs. hushållets möjligheter att spara, sjunkit. Utvidgningen av populationen har dessutom inverkat något på hur stor andel av hushållen äger viss hemelektronik.

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

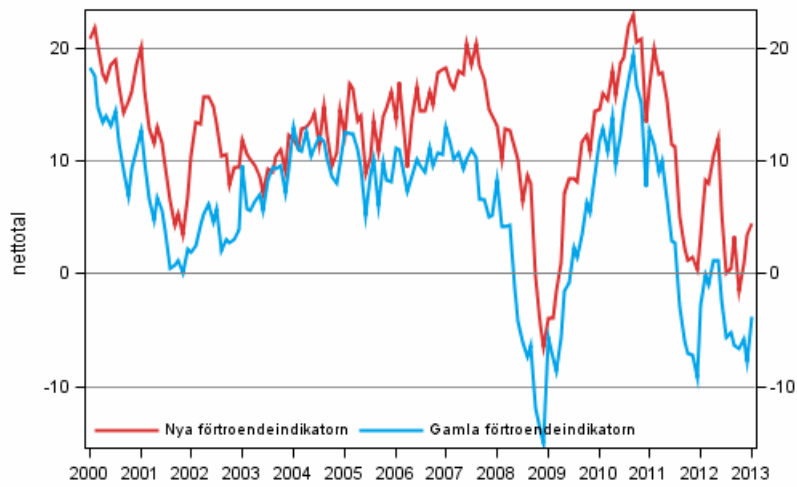
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	01/2012	12/2012	01/2013	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,5	22,9	-6,5	3,4	3,5	4,5	--
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	7,5	19,4	-15,0	-2,8	-7,7	-3,8	--
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	24,9	33,4	9,5	27,1	28,6	26,2	+/-
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	1,5	22,8	-39,1	-18,3	-19,8	-14,5	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,5	9,8	-4,0	3,2	0,6	0,6	--
- Bättre (%)	24,0	30,6	16,7	20,9	20,1	19,4	
- Sämre (%)	15,9	22,7	11,4	16,2	19,7	17,8	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,7	14,1	2,3	6,1	4,4	5,5	--
- Bättre (%)	26,0	33,4	18,2	23,0	24,1	23,2	
- Sämre (%)	10,8	17,2	6,6	13,9	17,0	14,6	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	0,8	29,5	-60,9	-27,6	-32,3	-26,8	--
- Bättre (%)	28,7	62,1	2,0	6,9	6,5	9,0	
- Sämre (%)	24,7	88,5	4,2	56,8	61,1	55,1	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,8	25,3	-27,1	-13,0	-11,4	-3,3	-
- Bättre (%)	30,9	57,3	11,6	20,6	23,3	29,4	
- Sämre (%)	22,2	57,3	6,0	42,2	40,1	31,6	
B5 Inflationen nu (procent)	2,3	5,8	-2,0	3,5	3,3	3,3	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	3,1	3,1	2,9	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-0,7	27,6	-51,1	-23,5	-28,1	-25,8	--
- Mindre (%)	32,6	60,8	6,4	13,6	11,3	13,6	
- Mera (%)	31,6	83,3	6,9	55,9	61,1	59,4	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,5	7,6	-18,8	0,9	-5,8	-8,2	--
- Minskat (%)	13,6	20,0	5,3	13,7	9,5	8,2	
- Ökat (%)	15,4	31,9	7,9	15,5	20,9	21,7	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,8	41,8	-14,2	17,6	0,1	4,9	--
- Fördelaktig tidpunkt (%)	45,1	62,4	29,6	46,7	36,0	38,1	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	25,3	45,7	17,7	29,1	35,9	33,1	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,7	36,8	-19,6	15,1	10,1	10,9	+/-
- Bra tid (%)	58,9	80,7	33,4	60,8	56,8	57,8	
- Dålig tid (%)	35,3	58,5	15,5	34,1	38,9	36,8	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,4	42,0	-47,1	2,5	9,7	10,1	-
- Bra tid (%)	62,1	78,2	13,3	50,0	55,9	56,3	
- Dålig tid (%)	30,5	83,4	12,1	44,0	38,4	37,5	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	27,8	35,1	14,7	31,2	32,2	31,5	+
- Kan spara (%)	58,6	70,0	38,6	64,8	65,5	66,3	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	6,6	5,9	7,1	

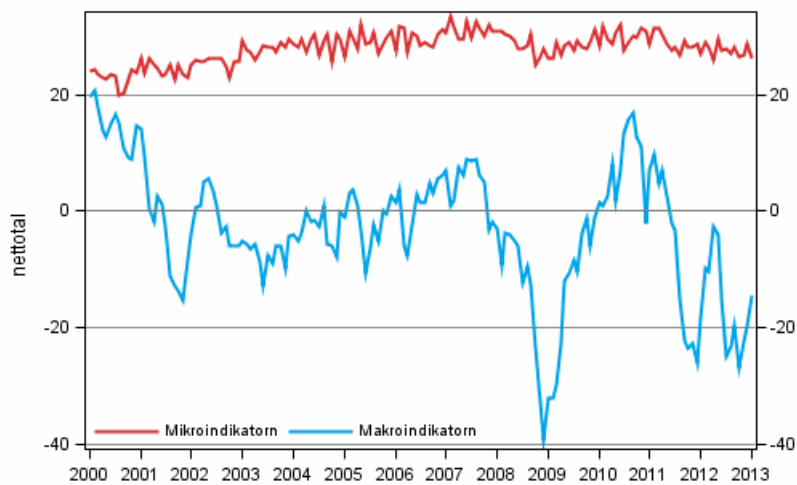
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	01/2012	12/2012	01/2013	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	38,3	52,2	10,9	44,0	49,0	41,5	+
- Kan spara (%)	73,2	82,3	56,6	77,6	80,7	75,7	
- Kan inte spara (%)	24,8	40,3	16,5	21,1	18,5	22,9	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,4	17,8	9,1	11,1	11,2	11,2	--
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,1	5,1	5,0	
- Eventuellt (%)	7,8	11,4	5,2	6,0	6,1	6,2	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal)	-8,1	-2,4	-18,2	-11,8	-12,3	-14,4	--
- Mera (%)	22,4	30,8	14,3	16,2	17,0	16,5	
- Mindre (%)	32,5	40,4	26,5	32,2	33,5	36,4	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,2	21,7	12,7	16,3	15,7	12,7	--
- Mycket sannolikt (%)	8,8	12,1	5,9	7,3	7,3	5,9	
- Ganska sannolikt (%)	8,4	10,4	6,2	9,0	8,4	6,8	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	7,3	6,6	7,0	+/-
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	2,8	3,1	2,7	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,5	3,4	4,4	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,7	27,0	9,8	19,0	18,7	20,5	+
- Mycket sannolikt (%)	12,3	19,0	5,0	13,4	12,8	13,4	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	5,5	5,9	7,1	

Figurbilagor

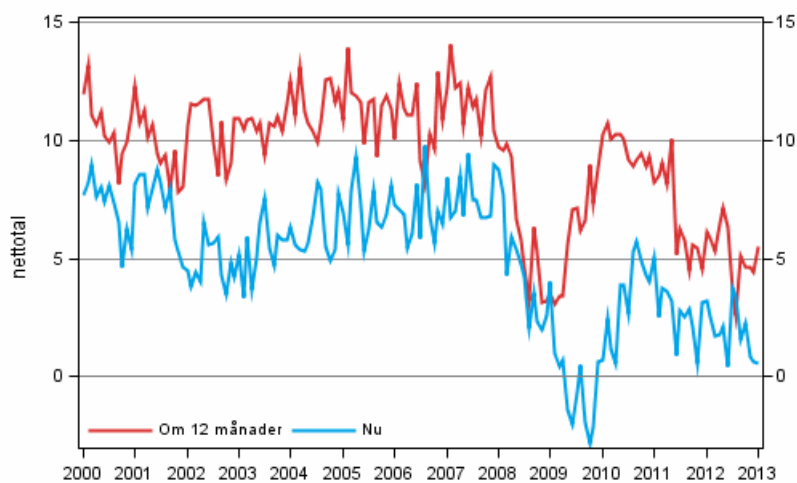
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



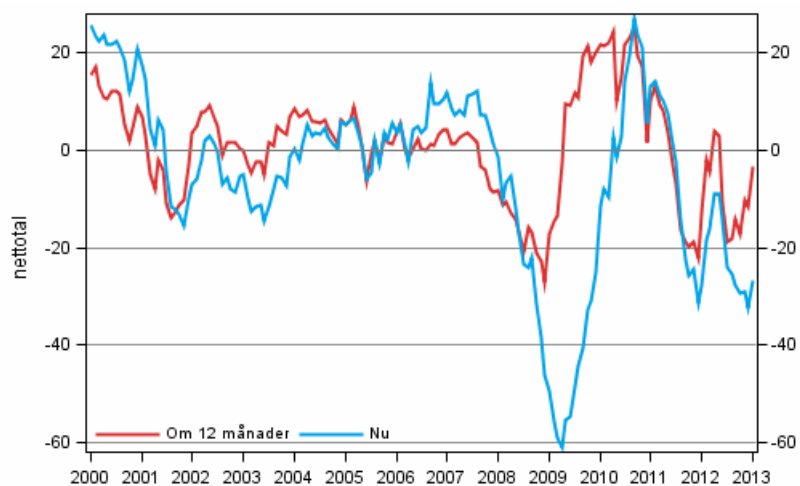
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna



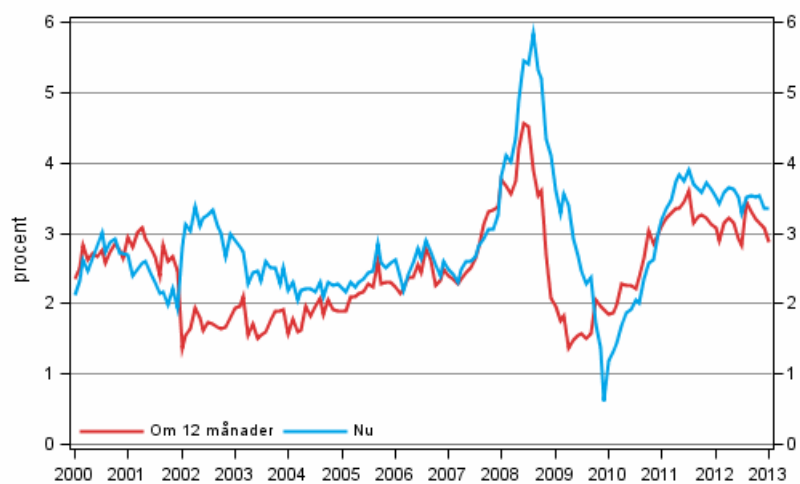
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



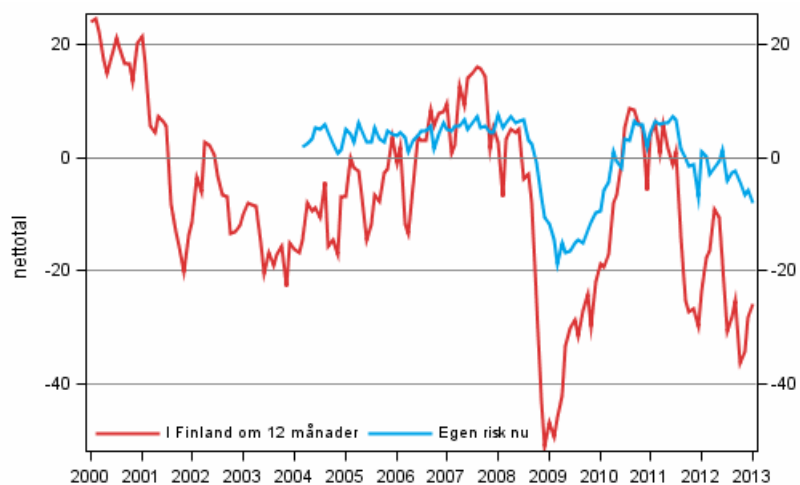
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



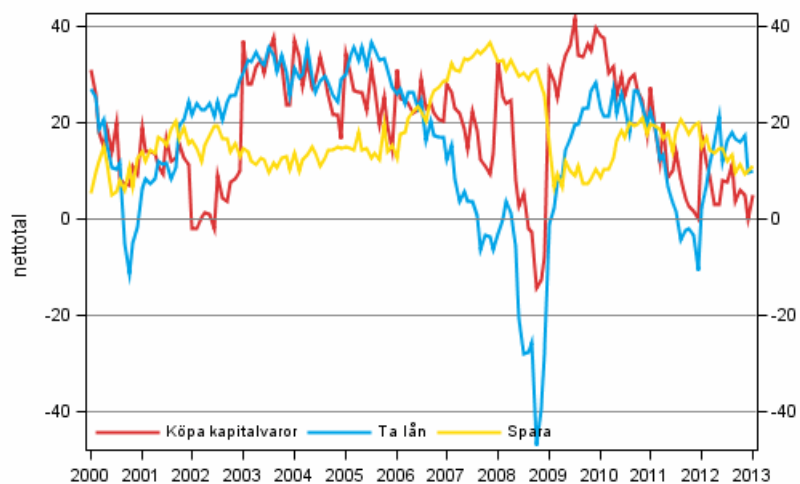
Figurbilaga 5. Inflationen



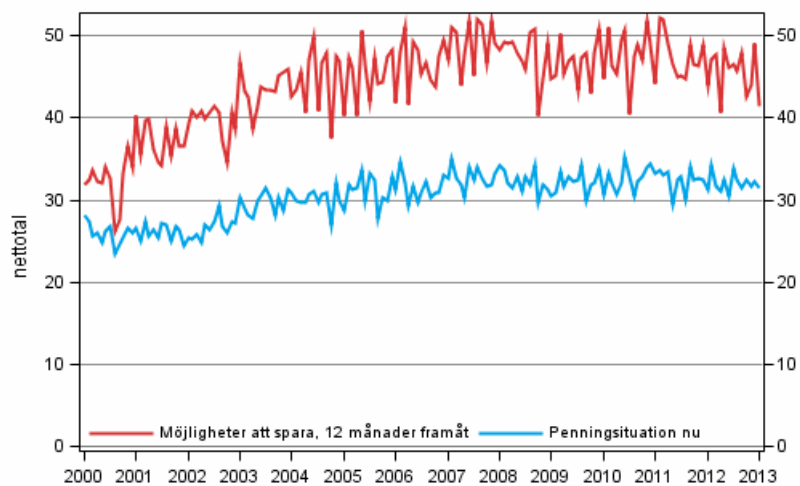
Figurbilaga 6. Arbetslösheten



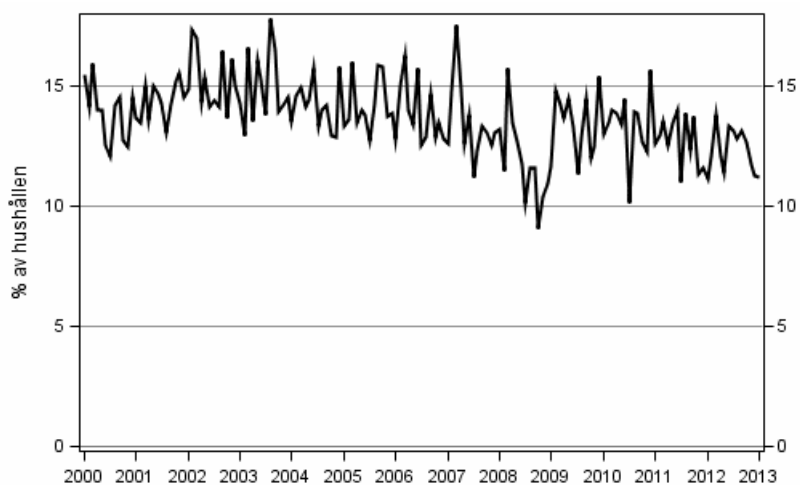
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



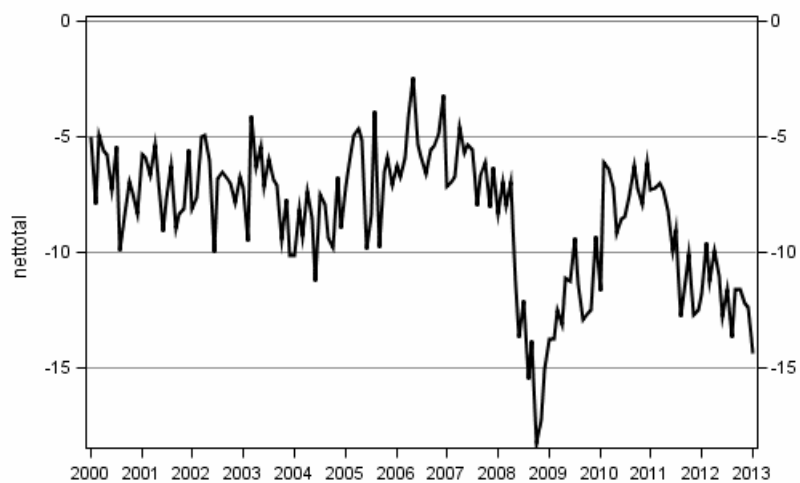
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation



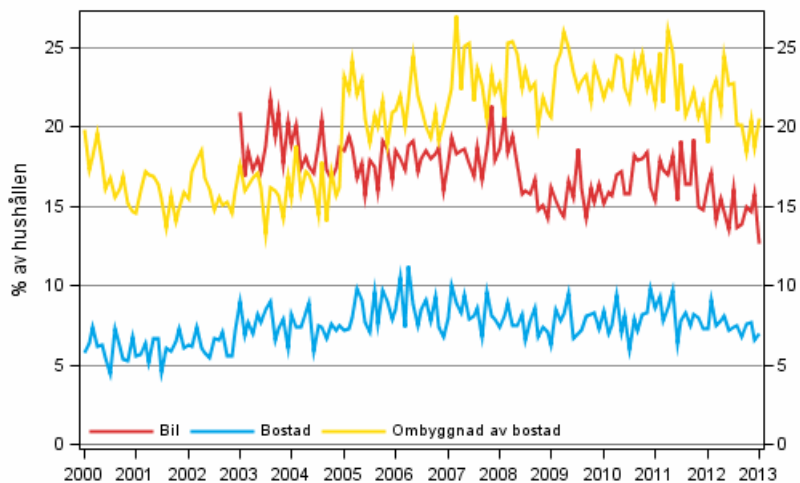
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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 2013, januari. Statistikcentralen