

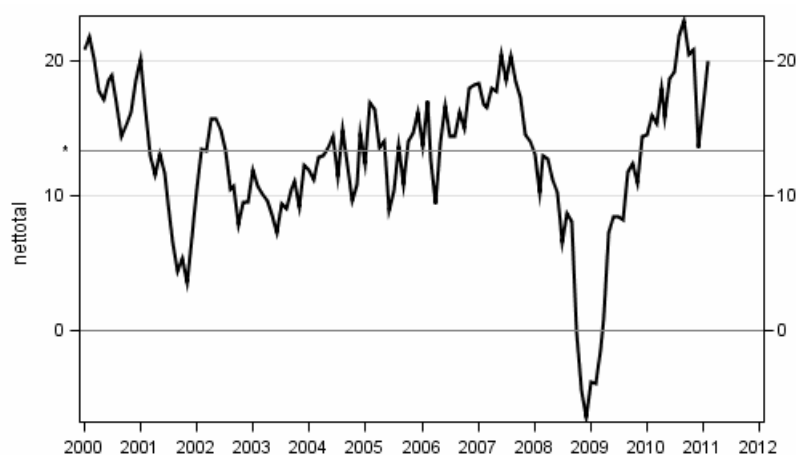
# Konsumentbarometern

2011, februari

## Konsumenterna mycket optimistiska i februari

Konsumenternas förtroende för ekonomin steg i februari tillbaka till samma höga nivå som förra hösten. Konsumenternas förtroendeindikator var i februari 20,0, då den i januari var 16,6 och i december 13,5. I februari var förtroendet för ekonomin samtidigt klart starkare än året innan och långtidsmedelvärdet. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–16 februari 1 430 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



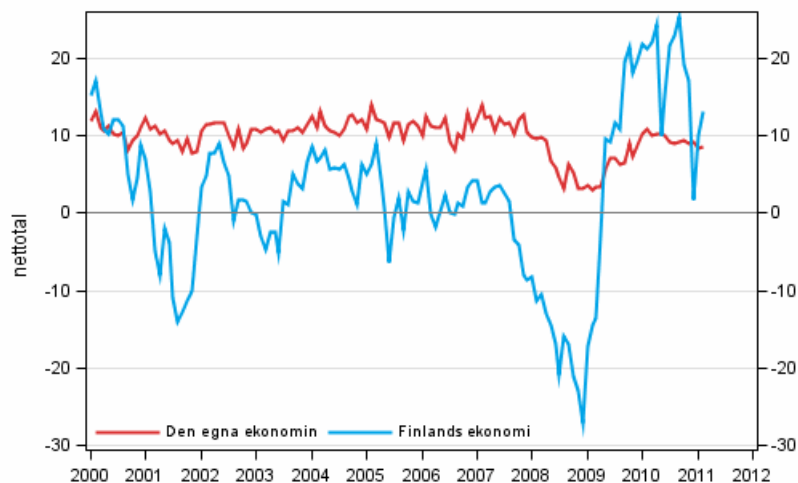
\* medeltal 10/1995 - 02/2011

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator var det bara förväntningarna på den egna ekonomin som var oförändrade och lika försiktiga i februari jämfört med föregående månad. Synen på de egna möjligheterna att spara, på Finlands ekonomi och på arbetslöshetsutvecklingen förstärktes alltmer. I februari bedömde konsumenterna att inflationen kommer att accelerera och att det är lönsamt att spara. Hushållen hade dock gott om olika konsumtionsplaner.

I februari trodde 43 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Sexton procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i januari 40 och 18 procent och för ett år sedan 56 och 14 procent. I februari

litade 27 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras medan 13 procent befarade att den blir sämre inom ett år. För ett år sedan var andelarna 29 och 10 procent.

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



I februari antog 37 procent av konsumenterna att arbetslösheten minskar i Finland under det följande året, medan 25 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i januari 34 och 26 procent och för ett år sedan dystra 18 och 50 procent.

I februari antog 20 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 13 procent bedömde att risken ökat. Också dessa andelar var dystra för ett år sedan: 12 och 22 procent. I februari uppskattade 42 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet var oförändrad och 26 procent upplevde att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

Konsumenterna förutspådde i februari att konsumentpriserna stiger med 3,2 procent under de följande 12 månaderna. Inflationsförväntningarna var för ett år sedan i februari 1,9 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

I februari antog 66 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Motsvarande andel för ett år sedan var 58 procent av konsumenterna. Av hushållen hade 68 procent sparat och rentav 82 procent trodde sig kunna spara under det följande året.

I februari ansåg 65 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. I februari planerade 13 procent av hushållen att ta lån inom ett år.

Av konsumenterna bedömde 45 procent i februari att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Motsvarande andel var i januari 51 procent och för ett år sedan 58 procent. Trots det planerade många hushåll i februari att under de följande sex månaderna använda pengar t.ex. till att resa, reparera och inreda bostaden eller skaffa hemelektronik och fritidsartiklar. Av hushållen avsåg 18 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och 9 procent bostad. I februari i fjol var motsvarande andelar 16 och 7 procent.

Intervjuerna för konsumentbarometern för februari utredde också hur vanliga olika apparater och anslutningar är i hushållen. Uppgifterna om apparaterna publiceras i samband med uppgifterna om följande konsumentbarometer i slutet av mars.

## Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2010	01/2011	02/2011	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	13,3	22,9	-6,5	15,9	16,6	20,0	++
B2 Egen ekonomi om 12 månader (netttotal)	9,1	14,1	2,3	10,8	8,3	8,5	+/-
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	37,3	52,2	10,9	50,9	44,2	52,2	++
B4 Finland's ekonomi om 12 månader (netttotal)	5,3	25,3	-27,1	21,2	10,1	13,1	+
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (netttotal)	1,4	27,6	-51,1	-19,2	3,8	6,1	+
B6 Inflation om 12 månader (procent)	2,1	4,6	0,6	1,9	3,1	3,2	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (netttotal)	21,3	41,8	-14,2	37,7	27,5	18,6	-
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (netttotal)	11,2	36,8	-19,6	10,4	19,9	19,3	+
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (netttotal)	18,5	42,0	-47,1	21,4	22,5	19,0	+/-

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 delfaktoreernas netttotal. Nettotalen och förtroendeindikatorn kan variera mellan -100 och 100, ju högre 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.

Alla EU-länders (säsongrensade) barometerresultat publiceras senare 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. En översikt över det förflutna.....	5
1.1. Finlands ekonomi och arbetslösheten.....	5
1.2. Den egna ekonomin och sparandet.....	5
1.3. Konsumenternas förtroendeindikator.....	5
1.4. Inflationen.....	5
1.5. Tidpunktens lämplighet.....	6
2. Metoden för konsumentbarometern.....	7

## Tabeller

### Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter.....	8
--	---

## Figurer

### Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator .....	9
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer.....	9
Figurbilaga 3. Egen ekonomi.....	9
Figurbilaga 4. Finland's ekonomi .....	10
Figurbilaga 5. Inflation.....	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. Hushållets köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt.....	12
Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader.....	12

# 1. En översikt över det förflutna

## 1.1. Finlands ekonomi och arbetslösheten

Den finska ekonomin började i slutet av år 1993 återhämta sig ur depressionen. Konsumenternas förväntningar på Finlands ekonomi var mycket positiva 1994–1995. Under minirecessionen i början av år 1996 försvagades uppskattningarna, men redan under våren 1997 översteg nettotalet för förväntningarna +20. Under hösten 1998 rasade tron på en fortsatt tillväxt av ekonomin till som lägst sedan depressionsåren som en följd av de dåliga globala ekonomiska nyheterna. Efter det tilltog dock förväntningarna snabbt. En försvagning av exportutsikterna under våren 2001 gjorde att konsumenterna blev pessimistiska om landets ekonomi. Senare var uppskattningarna om den ekonomiska situationen omväxlande försiktiga. Hösten 2007 började konsumenternas förtroende för Finlands ekonomi sjunka, då nyheterna om de ekonomiska problemen i Förenta staterna spreds. Botten nåddes ett år senare.

Under åren 1995–2000 trodde konsumenterna starkt på att arbetslösheten skulle minska. Hösten 1998 försvagades uppskattningarna något. Åren 2001–2005 var konsumenternas syn på arbetslöshetsutvecklingen mestadels mycket pessimistiska, och nettotalet rasade tidvis till under –20. Sedan sommaren 2006 var förväntningarna slutligen positiva, men nyheterna om permitteringar och arbetskonflikter orsakade svackor i utvecklingen. I och med den ekonomiska recessionen mörknade utsikterna kraftigt.

## 1.2. Den egna ekonomin och sparandet

Då den finska ekonomin återhämtade sig från depressionen, började konsumenterna tro på att också deras egen ekonomi skulle förbättras. Nettotalet som mäter förväntningar steg gradvis fr.o.m. år 1994 och nådde en nivå på +10 i slutet av decenniet. Fr.o.m. år 2004 var tron på den egna ekonomin t.o.m. lite starkare, och i februari 2005 och 2007 nådde nettotalet en rekordnivå på +14. I uppskattningarna om den egna ekonomin kan man se växlingar mellan årtiderna: i början av året, i samband med löneförhöjningar och realisationer är optimismen i regel starkare än senare under året. År 2008 nöttte räntestegringen och inflationen på förtroendet för den egna ekonomin.

Konsumenternas förväntningar på sina möjligheter att spara förbättrades enormt 1995–2003. Då nettotalet i slutet av år 1995 var lite över +10, har det under de senaste åren varierat mellan +40 och +50.

## 1.3. Konsumenternas förtroendeindikator

(Indikatorns delfaktorer: den egna ekonomin och Finlands ekonomi, arbetslösheten och sparandet.)

Under depressionsåren i början av 1990-talet var konsumenternas syn på ekonomin pessimistisk ända till år 1993. Efter det steg konsumenternas förtroende högt, men under minirecessionen i början av år 1996 blev förväntningarna åter försiktigare. Stämningen förbättrades dock snabbt och förtroendeindikatorns värde var under åren 1997–2000 mestadels över +15. Hösten 1998 ökade de globala ekonomiska kriserna, Ryssland medräknat, något på osäkerheten om landets allmänna ekonomi. Efter toppen (+22) i början av år 2000 försvagades förtroendet för ekonomin klart. Den ekonomiska utvecklingen började avta, och förtroendeindikatorn dök till under +5 under hösten 2001. Tron på ekonomin förstärktes temporärt på nytt i början av år 2002. Senare orsakade den allmänna ekonomins dåliga utsikter svackor i den stigande trenden. År 2008 försvagade dessa och också osäkerheten om den egna ekonomin mycket kraftigt konsumenternas förtroende.

## 1.4. Inflationen

Konsumenterna bedömde vid årsskiftet 1995–1996 att den allmänna prisnivån skulle ha sjunkit 1–2 procent från året innan. Uppfattningarna påverkades av att livsmedlen blev billigare i och med Finlands EU-medlemskap. Åren 1997–2001 var konsumenternas bedömning av inflationen mycket nära den mätta inflationen, med undantag av energi- och boendepreisernas topp år 2000. Införandet av euron i januari 2002 och den därmed sammanhängande ”psykologin”, prisavrundningarna osv. ”förvrängde” klart

konsumenternas syn på inflationen. Sedan dess överskred uppskattningarna rejält den officiella inflationen ända till slutet av år 2006.

Konsumenternas förväntningar på den kommande inflationshastigheten följer till största delen uppskattningarna av inflationen. Avsevärda undantag är 1995–1996 och det första euroåret 2002. Under åren 2004–2008 kunde man se en stigande trend i förväntningarna. Liksom uppskattningarna steg förväntningarna till sin toppnivå, men sjönk klart till år 2009.

### **1.5. Tidpunktens lämplighet**

Åren 1996–1999 ansågs det vara mycket fördelaktigt att köpa kapitalvaror, tills uppfattningarna började försvagas år 2000 efter att inflationen accelererat något. Införandet av euron sänkte nettotalet för köp av kapitalvaror till minus, men i början av år 2003 nåddes snabbt ett nytt rekord på +37 främst tack vare att bilarna blev billigare. Uppskattningarna om köp av kapitalvaror försvagades därefter något, men var fortfarande positiva ända till sommaren 2008 och på nytt i år.

Uppskattningarna om att ta lån blev ljusare under år 1996 och steg under sommaren 1999 till ett nettotal på +42. Stegrade låneräntor och höga bostadspriser försvagade därefter emellertid kraftigt uppfattningarna om hur fördelaktigt det är att ta lån. Fr.o.m. början av år 2001 ansågs det åter vara fördelaktigt att ta lån, tills räntestegringen sänkte förtroendet fr.o.m. våren 2006 och särskilt under år 2008.

Konsumenternas syn på hur lönsamt det är att spara låg på botten (nettotalet som lägst –20) efter depressionen, under åren 1995–1997. Efter det började man anse att det också är fördelaktigt att spara i och med att inkomsterna ökade och lockande spar- och placeringsobjekt dök upp. Under år 2006 steg nettotalet för hur fördelaktigt det är att spara kraftigt och nådde snart sin rekordnivå på över +35.

## 2. 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 konsumentbarometerens 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 2 200 personer varje månad. Då bortfallet av svar nuförtiden är 30–35 procent erhålls svar från drygt 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 15–74 år ifråga om ålder, kön, boställningslän 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

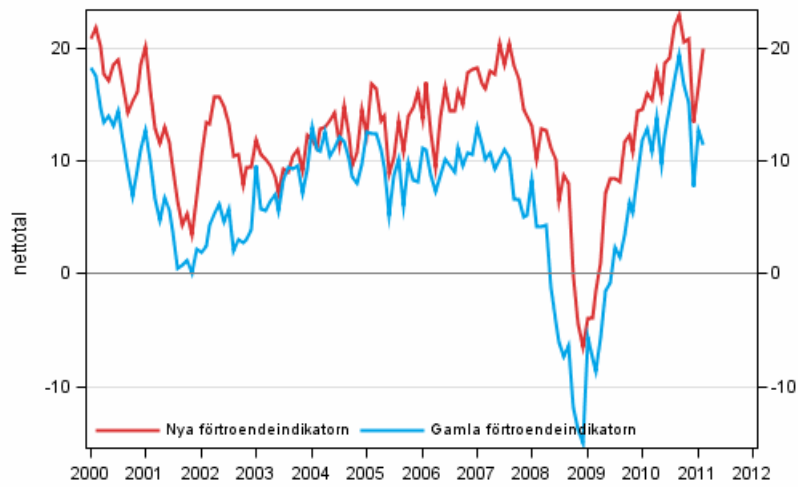
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2010	01/2011	02/2011	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	13,3	22,9	-6,5	15,9	16,6	20,0	++
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	8,7	19,4	-15,0	12,8	12,7	11,4	+
A3 Mikroindikator = (B2+D1+D2)/3	24,6	33,4	9,5	31,6	28,6	31,4	++
A4 Makroindikator = (B4+B7)/2	3,4	22,8	-39,1	1,0	6,9	9,6	+
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,8	9,8	-4,0	2,5	5,0	2,6	-
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	9,1	14,1	2,3	10,8	8,3	8,5	+/-
B3 Finland's ekonomi nu (nettotal)	3,0	29,5	-60,9	-8,1	12,9	14,2	+
B4 Finland's ekonomi om 12 månader (nettotal)	5,3	25,3	-27,1	21,2	10,1	13,1	+
B5 Inflation nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	1,3	3,2	3,3	
B6 Inflation om 12 månader (procent)	2,1	4,6	0,6	1,9	3,1	3,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	1,4	27,6	-51,1	-19,2	3,8	6,1	+
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,8	7,6	-18,8	-5,9	4,4	6,3	+
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	21,3	41,8	-14,2	37,7	27,5	18,6	-
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,2	36,8	-19,6	10,4	19,9	19,3	+
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	18,5	42,0	-47,1	21,4	22,5	19,0	+/-
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	27,3	35,1	14,7	33,2	33,2	33,5	++
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	37,3	52,2	10,9	50,9	44,2	52,2	++
D5 Avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,5	17,8	9,1	13,5	12,6	12,9	-
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-7,8	-2,4	-18,2	-6,1	-7,3	-7,2	+/-
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,6	21,7	14,2	15,9	15,4	17,9	+/-
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	7,0	8,6	9,3	++
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,3	27,0	9,8	22,8	21,6	24,7	++

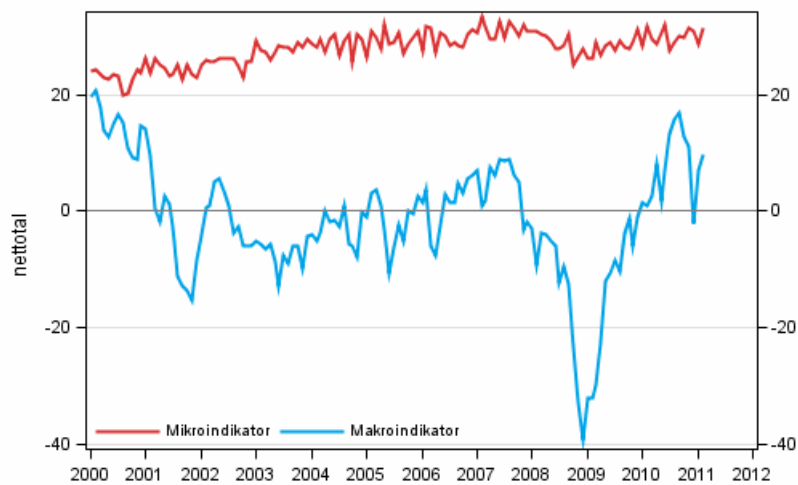


# Figurbilagor

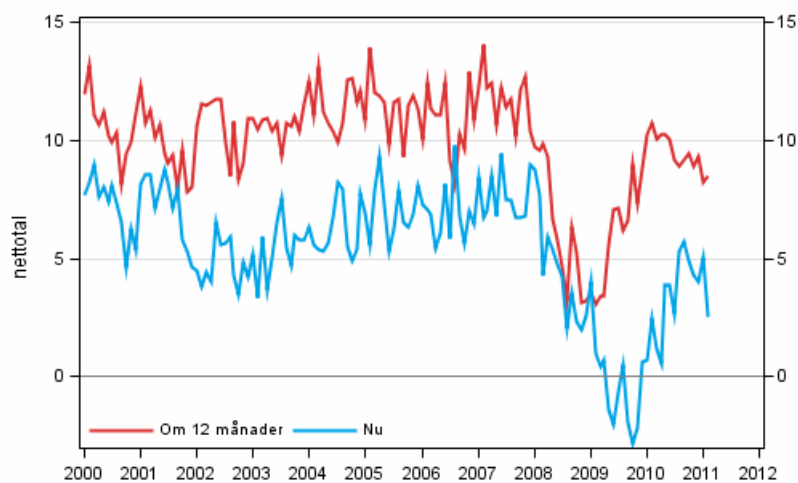
## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



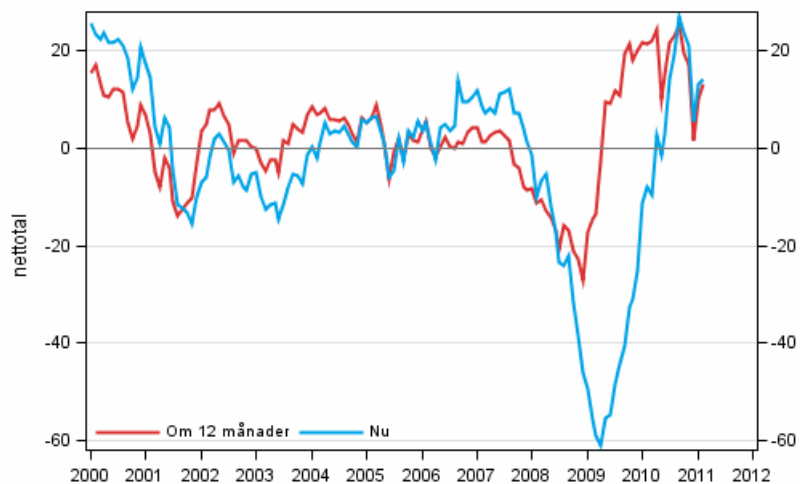
## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



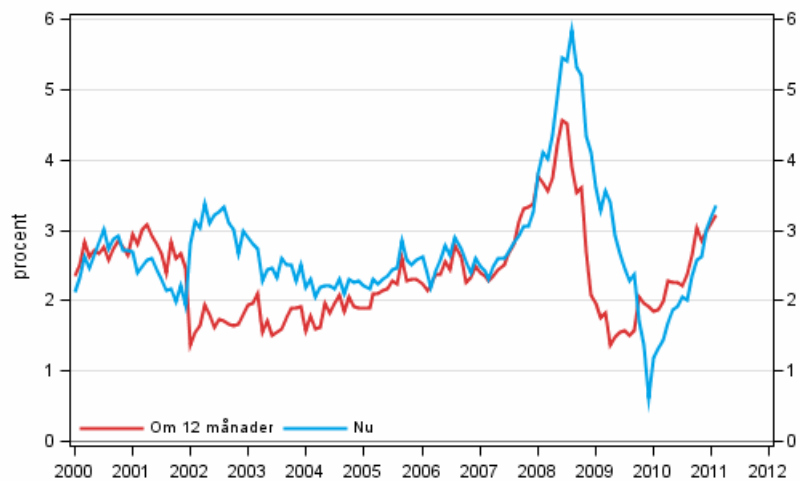
## Figurbilaga 3. Egen ekonomi



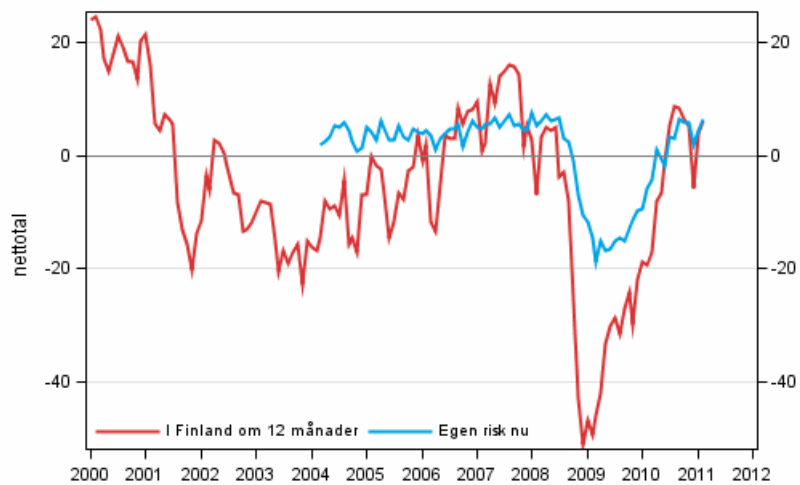
**Figurbilaga 4. Finland's ekonomi**



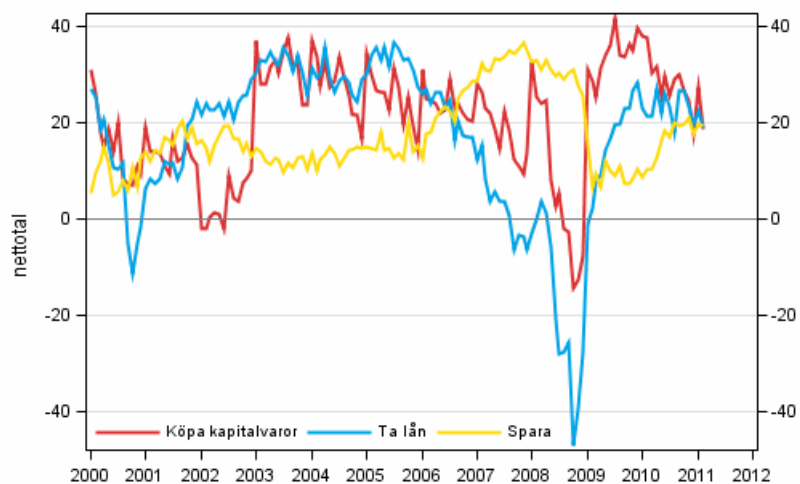
**Figurbilaga 5. Inflation**



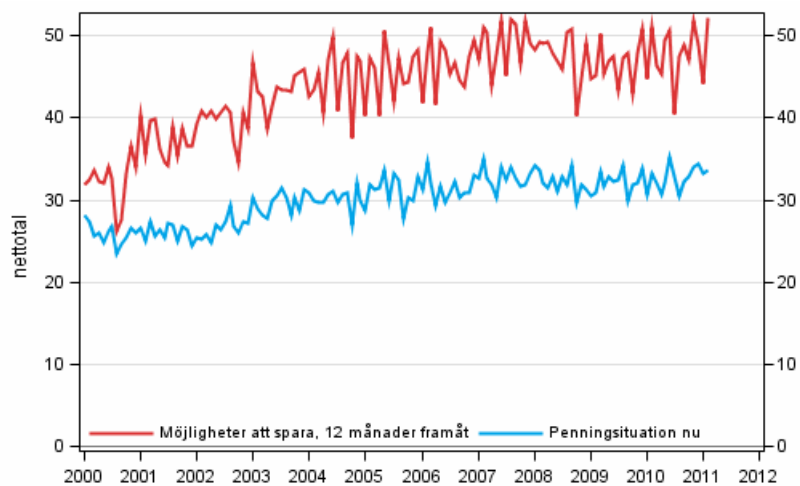
**Figurbilaga 6. Arbetslösheten**



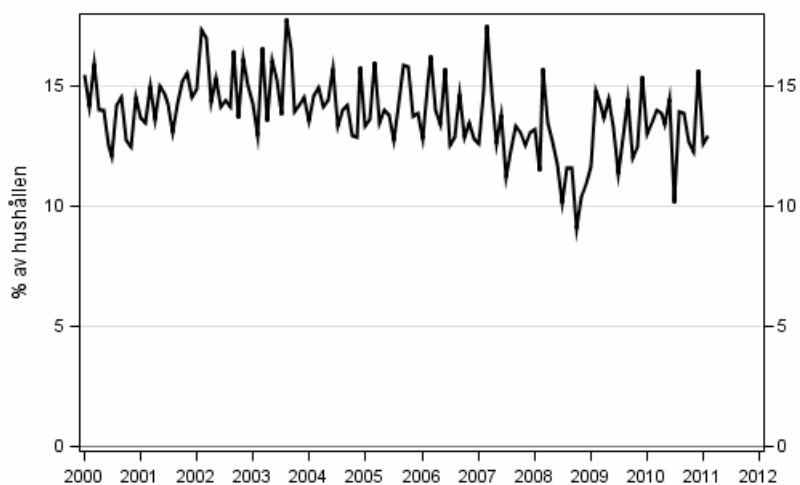
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



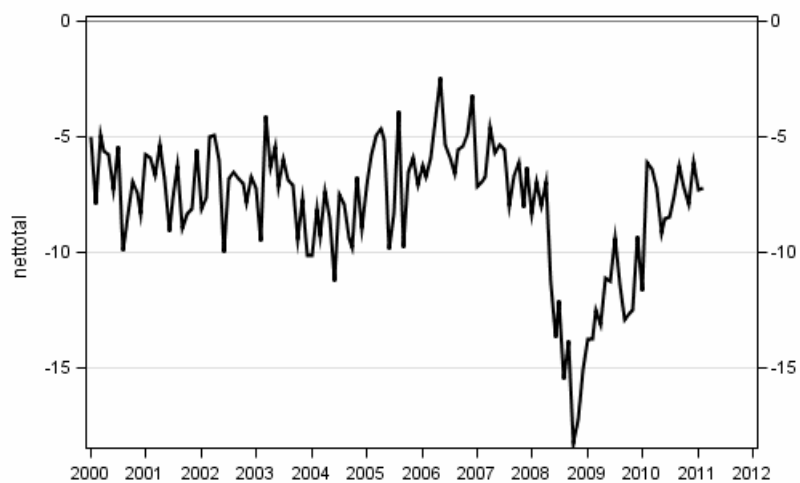
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation**



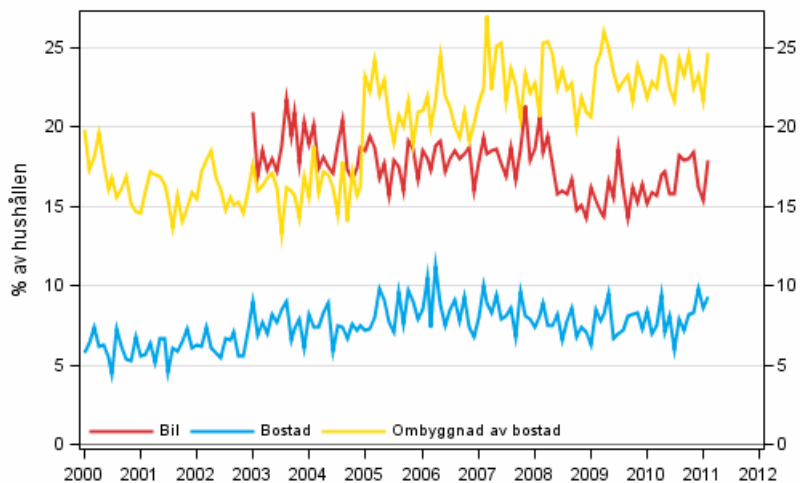
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



**Figurbilaga 10. Hushållets 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

Pellervo Marja-aho (09) 1734 3349

Ansvarig statistikdirektör:

Ari Tyrkkö

[kuluttaja.barometri@stat.fi](mailto:kuluttaja.barometri@stat.fi)

[www.stat.fi](http://www.stat.fi)

Källa: Konsumentbarometern 2011, februari. Statistikcentralen