

Konsumentbarometern

2012, februari

Konsumenternas förtroende fortsatte att återhämta sig i februari

Konsumenternas förtroendeindikator var i februari 8,3, då den i januari var 3,4 och i december 0,4. I februari var konsumenternas förtroende för ekonomin dock fortfarande svagare än långtidsmedelvärdet. Förtroendeindikatorns långtidsmedelvärde är 13,0. I februari året innan hade förtroendeindikatorn värdet 20,0. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–17 februari 1 521 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



* medeltal 10/1995 - 02/2012

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades i februari synen på de egna möjligheterna att spara och förväntningarna på den allmänna ekonomiska utvecklingen, dvs. Finlands ekonomi och arbetslösheten, jämfört med februari året innan. Uppskattningarna om den allmänna ekonomin och särskilt om arbetslösheten var dock fortfarande på minus. I februari försvagades konsumenternas tro på sin egen ekonomi en aning, vilket innebär att den fortfarande var svagare än långtidsmedelvärdet.

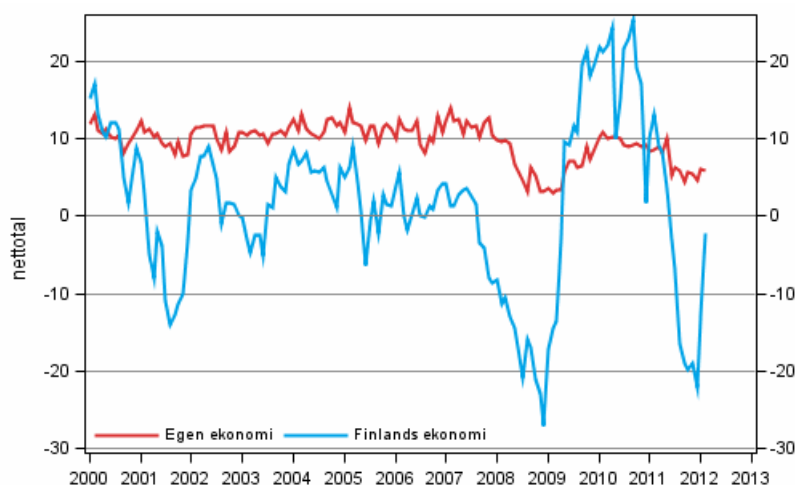
I februari oroad sig sysselsatta konsumenter också en aning för att själva råka ut för arbetslöshet. Dessutom ansåg konsumenterna i februari att det är mer fördelaktigt att spara jämfört med att köpa kapitalvaror eller att ta lån.

Egen och Finlands ekonomi

I februari trodde 29 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland förbättras under det följande året, medan 30 procent av konsumenterna bedömde att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i januari 21 och 42 procent och i januari året innan optimistiska 43 och 16 procent.

I februari litade 24 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras medan 15 procent befarade att den blir sämre inom ett år. För ett år sedan var andelarna 27 och 13 procent.

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



Arbetslöshet och inflation

Aderton procent av konsumenterna antog i februari att arbetslösheten minskar i Finland under det följande året, medan 49 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. En månad tidigare var andelarna 14 och 56 procent och för ett år sedan 38 och 25 procent.

I februari antog 12 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan fler sysselsatta, dvs. 15 procent, bedömde att risken ökat. Dessa andelar var för ett år sedan 20 och 13 procent. I februari uppskattade 51 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet var oförändrad och 22 procent upplevde att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

Konsumenterna förutspådde i februari att konsumentpriserna stiger med 2,9 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

Sparande och låntagning

I februari ansåg 63 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 69 procent sparat och 80 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I februari bedömde 54 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. För ett år sedan var motsvarande andel 65 procent. I februari planerade något färre än i genomsnitt, dvs. 12 procent av hushållen att ta lån inom ett år.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 42 procent i februari att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Konsumtionsplanerna var fortfarande mer återhållsamma än vanligt i februari, men många hushåll planerade att använda pengar t.ex. till att reparera bostaden och resa under de följande sex månaderna. Av hushållen avsåg 17 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och fler än genomsnittet, dvs. 9 procent, att köpa bostad. I februari i fjol var motsvarande andelar 18 och 9 procent.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2011	01/2012	02/2012	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	13,0	22,9	-6,5	20,0	3,4	8,3	-
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,9	14,1	2,3	8,5	6,1	5,8	--
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,5	25,3	-27,1	13,1	-13,0	-2,2	-
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	3,2	3,1	2,9	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	0,6	27,6	-51,1	6,1	-23,5	-17,6	--
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	1,0	7,6	-18,8	6,3	0,9	0,2	+/-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	20,5	41,8	-14,2	18,6	17,6	11,8	-
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,6	36,8	-19,6	19,3	15,1	17,0	+
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,5	42,0	-47,1	19,0	2,5	7,2	-
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	37,9	52,2	10,9	52,2	44,0	47,1	+

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 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 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 februari var bortfallet av svar 35,3 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.

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. Hushållets 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 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 2 350 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.

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 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

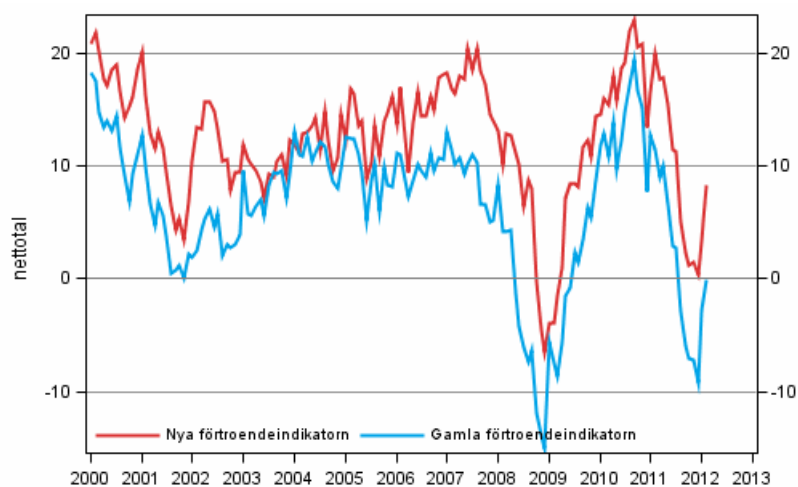
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2011	01/2012	02/2012	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	13,0	22,9	-6,5	20,0	3,4	8,3	-
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	8,2	19,4	-15,0	11,4	-2,8	-0,1	--
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	24,8	33,4	9,5	31,4	27,1	29,1	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	2,5	22,8	-39,1	9,6	-18,3	-9,9	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,7	9,8	-4,0	2,6	3,2	2,5	-
- Bättre (%)	24,2	30,6	16,7	22,3	20,9	21,7	
- Sämre (%)	15,7	22,7	11,4	17,9	16,2	17,0	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,9	14,1	2,3	8,5	6,1	5,8	--
- Bättre (%)	26,2	33,4	18,2	26,8	23,0	24,0	
- Sämre (%)	10,6	17,2	6,6	12,5	13,9	14,7	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	2,1	29,5	-60,9	14,2	-27,6	-18,3	--
- Bättre (%)	29,7	62,1	2,0	48,0	6,9	12,8	
- Sämre (%)	23,3	88,5	4,2	19,2	56,8	45,5	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,5	25,3	-27,1	13,1	-13,0	-2,2	-
- Bättre (%)	31,4	57,3	11,6	43,0	20,6	29,0	
- Sämre (%)	21,3	57,3	6,0	15,8	42,2	30,3	
B5 Inflationen nu (procent)	2,3	5,8	-2,0	3,3	3,5	3,4	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	3,2	3,1	2,9	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	0,6	27,6	-51,1	6,1	-23,5	-17,6	--
- Mindre (%)	33,7	60,8	6,4	37,5	13,6	17,6	
- Mera (%)	30,2	83,3	6,9	24,5	55,9	49,2	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	1,0	7,6	-18,8	6,3	0,9	0,2	+/-
- Minskat (%)	13,9	20,0	5,3	19,6	13,7	11,8	
- Ökat (%)	15,0	31,9	7,9	12,8	15,5	14,6	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	20,5	41,8	-14,2	18,6	17,6	11,8	-
- Fördelaktig tidpunkt (%)	45,5	62,4	29,6	44,9	46,7	42,3	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	24,9	45,7	17,7	26,3	29,1	30,5	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,6	36,8	-19,6	19,3	15,1	17,0	+
- Bra tid (%)	58,9	80,7	33,4	65,7	60,8	62,5	
- Dålig tid (%)	35,2	58,5	15,5	30,2	34,1	33,5	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,5	42,0	-47,1	19,0	2,5	7,2	-
- Bra tid (%)	62,2	78,2	13,3	64,6	50,0	54,4	
- Dålig tid (%)	30,3	83,4	12,1	29,7	44,0	39,4	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	27,6	35,1	14,7	33,5	31,2	34,3	++
- Kan spara (%)	58,3	70,0	38,6	67,8	64,8	69,2	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	6,1	6,6	5,2	

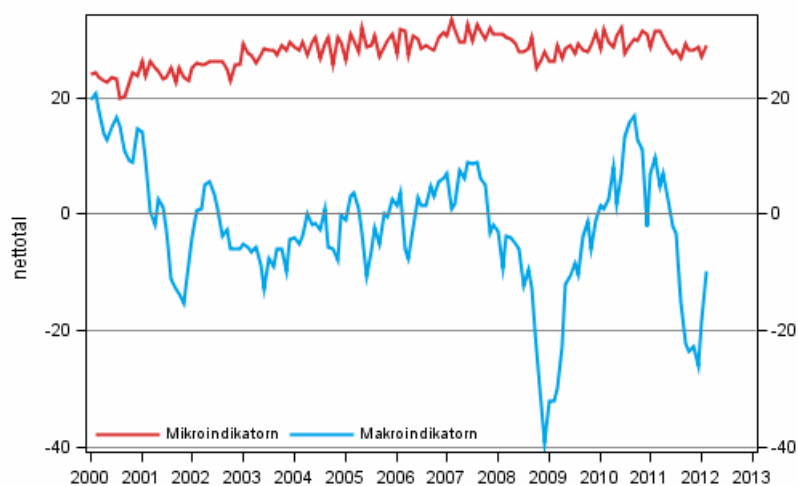
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2011	01/2012	02/2012	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	37,9	52,2	10,9	52,2	44,0	47,1	+
- Kan spara (%)	72,9	82,3	56,6	81,8	77,6	79,8	
- Kan inte spara (%)	25,0	40,3	16,5	17,2	21,1	19,0	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,5	17,8	9,1	12,9	11,1	12,1	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,9	5,1	5,1	
- Eventuellt (%)	7,8	11,4	5,2	7,0	6,0	7,0	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-7,9	-2,4	-18,2	-7,2	-11,8	-9,6	-
- Mera (%)	22,7	30,8	14,3	21,2	16,2	20,0	
- Mindre (%)	32,4	40,4	26,5	29,9	32,2	32,3	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,5	21,7	14,2	17,9	16,3	17,1	+/-
- Mycket sannolikt (%)	9,0	12,1	6,3	9,4	7,3	8,2	
- Ganska sannolikt (%)	8,5	10,4	6,2	8,5	9,0	8,9	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	9,3	7,3	9,1	++
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	3,6	2,8	3,5	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	5,7	4,5	5,6	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,6	27,0	9,8	24,7	19,0	22,2	+
- Mycket sannolikt (%)	12,1	19,0	5,0	17,9	13,4	14,6	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,8	5,5	7,5	

Figurbilagor

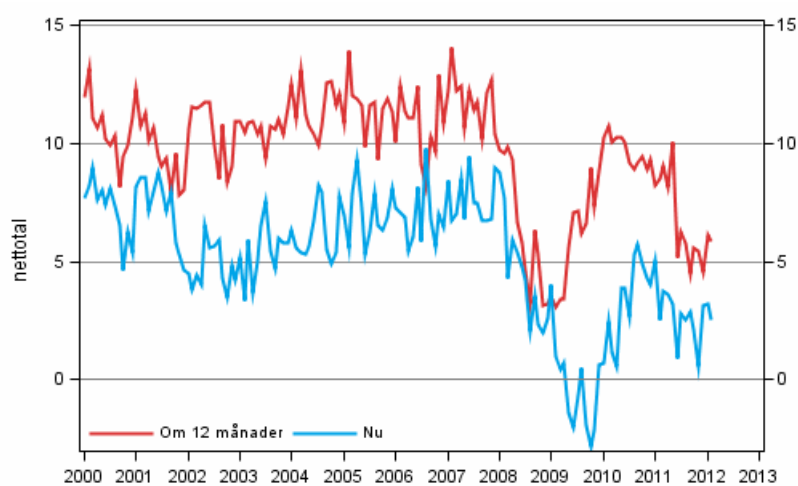
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



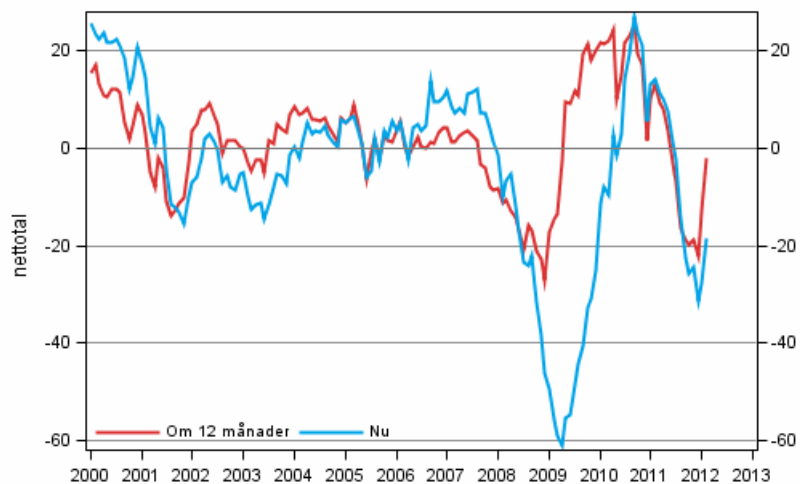
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna



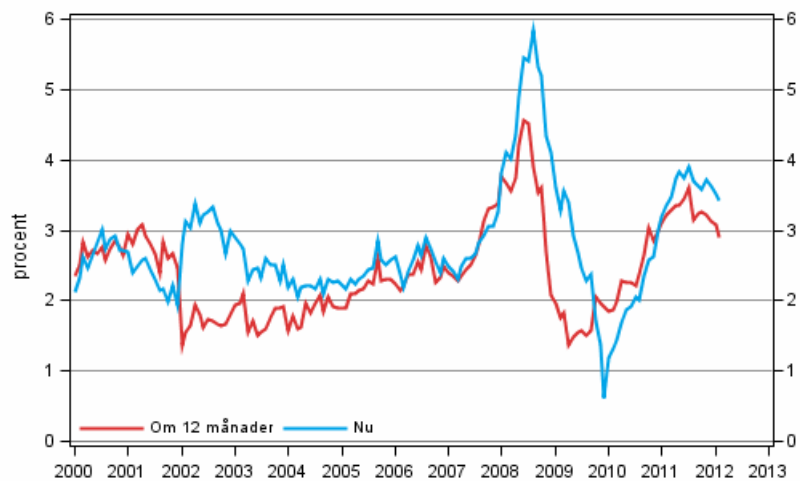
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



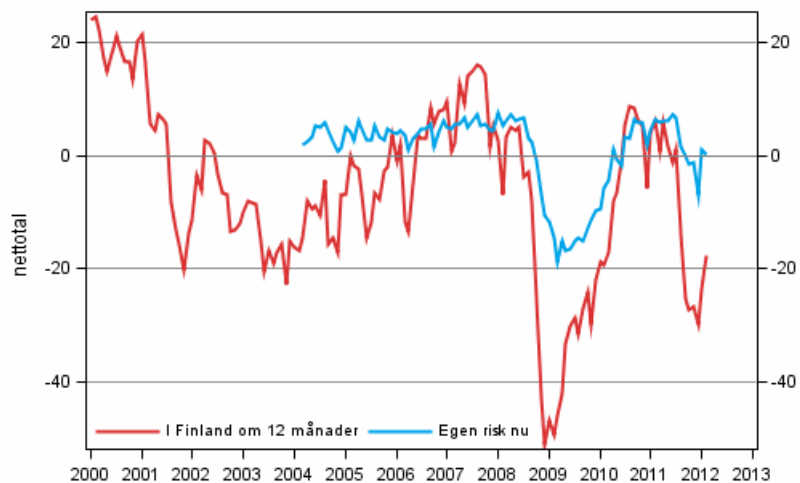
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



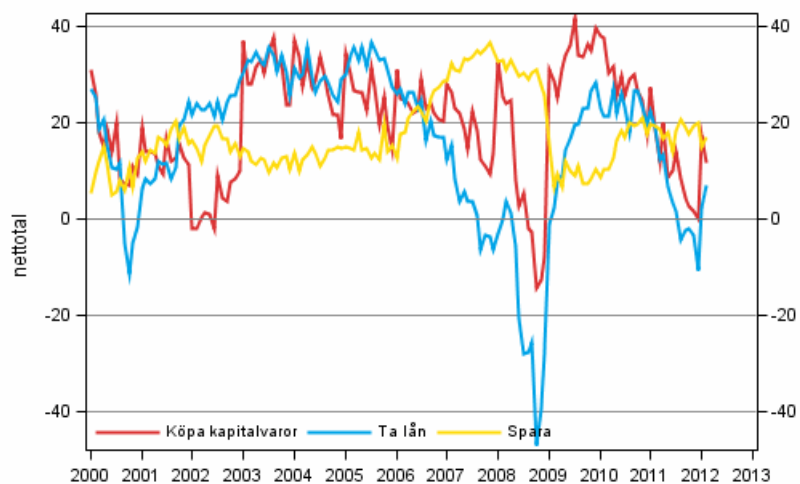
Figurbilaga 5. Inflationen



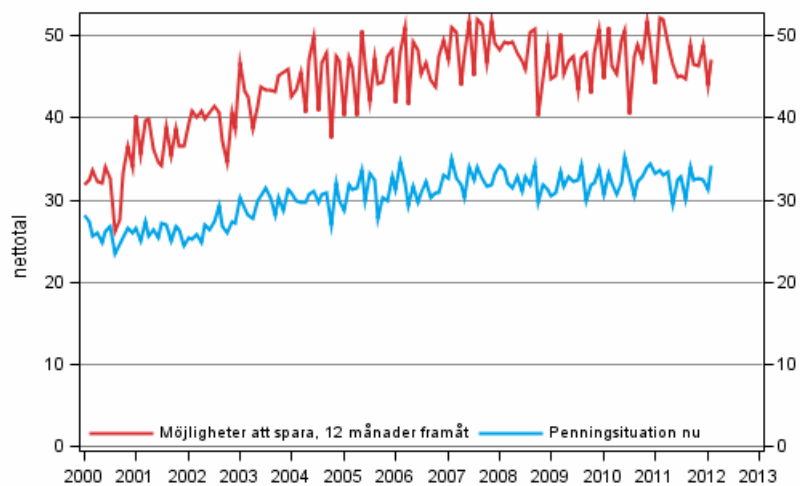
Figurbilaga 6. Arbetslösheten



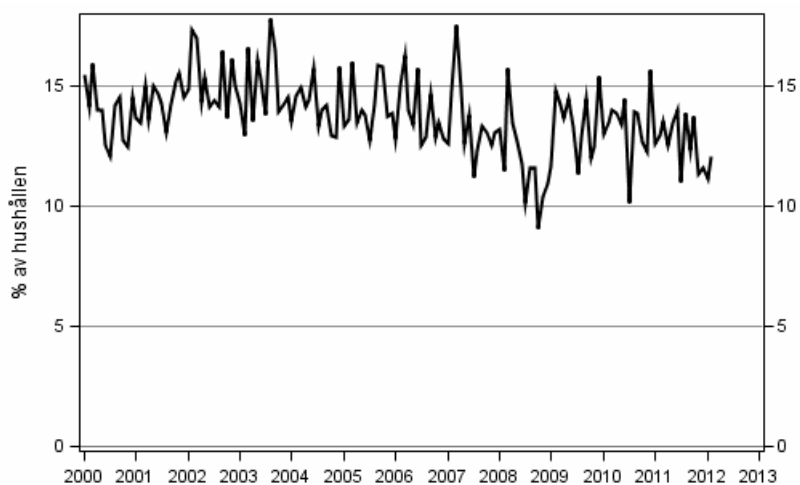
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation



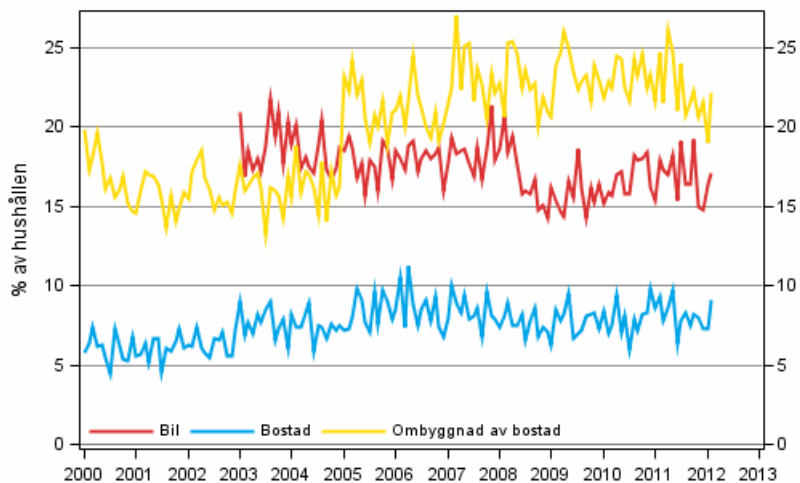
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



Figurbilaga 10. 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

Tara Junes 09 1734 3503

Ansvarig statistikdirektör:

Riitta Harala

kuluttaja.barometri@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumentbarometern 2012, februari. Statistikcentralen