

Konsumentbarometern

2016, februari

Konsumenternas förväntningar på den allmänna ekonomin försvagades åter

Konsumenternas förtroendeindikator var i februari 7,7, då den i januari var 8,2 och i december 2,4. I februari i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 10,6. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,6. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–17 februari 1 223 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 02/2016

Konsumenternas förtroendeindikator består av fyra delfaktorer. Förväntningarna på den allmänna ekonomin, dvs. Finlands ekonomi och arbetslösheten, visade en försämring i februari jämfört med januari och med föregående år. Särskilt synen på arbetslöshetsutvecklingen var dystert. Konsumenternas förväntningar på sin egen ekonomi var oförändrade och svaga i februari. Däremot förbättrades synen på de egna möjligheterna att spara, och den var nu mycket ljus.

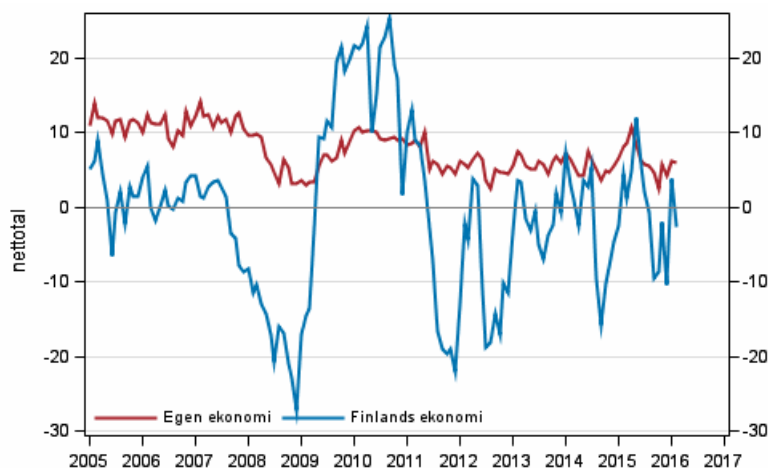
Konsumenterna ansåg i februari att tidpunkten var rätt så god för att ta lån och någorlunda god för att köpa kapitalvaror, men inte för att spara. Sysselsatta konsumenter oroade sig mer än vanligt i februari för att själva bli arbetslösa, liksom redan i januari och för ett år sedan.

Egen och Finlands ekonomi

I februari trodde 29 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. En lika stor andel av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var ännu i januari 37 och 25 procent och för ett år sedan i februari 35 och 24 procent.

I februari litade 25 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras, medan 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 februari litade 13 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året, medan 54 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i januari 15 och 48 procent och för ett år sedan 16 och 50 procent.

Av de sysselsatta antog 10 procent i februari att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 21 procent antog att risken hade ökat. Av de sysselsatta upplevde 27 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I februari bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,4 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 46 procent i februari att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Många hushåll hade planer på att spendera pengar på hemelektronik och inredning. Av hushållen avsåg fler än vanligt, dvs. 19 procent, att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år, men bara 6 procent bostad. Tjugo procent av hushållen planerade att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

Sparande och låntagning

I februari ansåg 53 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 67 procent sparat och rentav 82 procent trodde sig kunna spara under det följande året. Långtidsmedelvärdena för sparande är 60 och 74 procent.

I februari bedömde 63 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Av hushållen planerade 12 procent att ta lån inom ett år.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I huvudstadsregionen och i Norra Finland var bilden av ekonomin i februari ljusare än i övriga delar av landet. Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de klart mest optimistiska. Pensionärer och arbetslösa hade den mest pessimistiska uppfattningen om den ekonomiska utvecklingen i februari.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2015	01/2016	02/2016	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,6	22,9	-6,5	10,6	8,2	7,7	-
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	8,1	6,3	6,0	-
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,0	25,3	-27,1	4,5	3,7	-2,6	-
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,0	1,4	1,4	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-4,0	27,6	-51,1	-18,8	-18,7	-23,3	--
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,4	7,6	-18,8	-8,5	-5,2	-6,2	-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,2	41,8	-14,2	21,3	25,3	19,5	=
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,6	36,8	-19,6	0,5	3,4	4,5	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,0	42,0	-47,1	22,9	25,1	20,6	+
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,2	52,2	10,9	48,5	41,5	50,9	++

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.

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.....	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 februari 2016 erhöles svar från 1 223 personer; därmed var bortfallet av svar 48,0 procent. 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 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

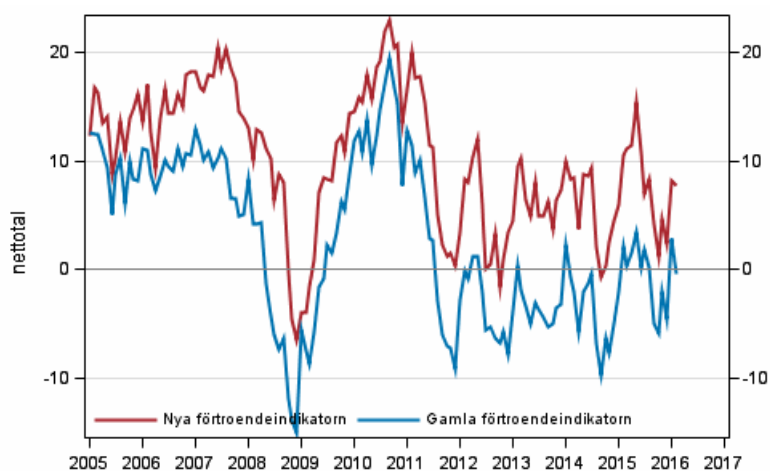
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2015	01/2016	02/2016	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,6	22,9	-6,5	10,6	8,2	7,7	-
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,0	19,4	-15,0	2,1	2,8	-0,4	-
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,3	33,4	9,5	29,5	26,4	29,9	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,5	22,8	-39,1	-7,2	-7,5	-13,0	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,9	9,8	-4,0	-0,6	2,0	1,1	-
- Bättre (%)	23,3	30,6	16,5	18,3	21,2	19,4	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	18,9	17,8	17,3	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	8,1	6,3	6,0	-
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	25,7	24,0	24,7	
- Sämre (%)	11,3	17,7	6,6	12,4	13,4	15,4	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-3,3	29,5	-60,9	-22,6	-23,4	-26,1	--
- Bättre (%)	25,8	62,1	2,0	10,8	10,3	9,1	
- Sämre (%)	28,9	88,5	4,2	48,6	48,1	51,3	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,0	25,3	-27,1	4,5	3,7	-2,6	-
- Bättre (%)	30,8	57,3	11,6	34,5	36,7	29,4	
- Sämre (%)	23,2	57,3	6,0	23,8	24,6	29,0	
B5 Inflationen nu (procent)	2,3	5,8	-2,0	0,6	0,5	0,3	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,0	1,4	1,4	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-4,0	27,6	-51,1	-18,8	-18,7	-23,3	--
- Mindre (%)	29,8	60,8	6,4	15,7	15,3	13,1	
- Mera (%)	34,9	83,3	6,9	49,5	47,5	54,1	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,4	7,6	-18,8	-8,5	-5,2	-6,2	-
- Minskat (%)	12,8	20,0	5,3	11,4	10,8	10,2	
- Ökat (%)	17,1	31,9	7,9	24,7	19,6	20,7	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,2	41,8	-14,2	21,3	25,3	19,5	=
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,5	62,4	29,6	47,9	50,9	46,1	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,3	45,7	17,7	26,6	25,7	26,6	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,6	36,8	-19,6	0,5	3,4	4,5	-
- Bra tid (%)	58,0	80,7	33,4	49,9	52,4	52,8	
- Dålig tid (%)	36,4	58,5	15,5	47,0	43,9	43,0	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,0	42,0	-47,1	22,9	25,1	20,6	+
- Bra tid (%)	61,7	78,2	13,3	65,4	67,1	62,5	
- Dålig tid (%)	31,2	83,4	12,1	29,6	27,8	30,7	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,3	35,1	14,7	32,0	31,6	32,6	+
- Kan spara (%)	59,5	70,0	38,6	65,9	65,2	67,4	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	6,2	8,0	6,4	

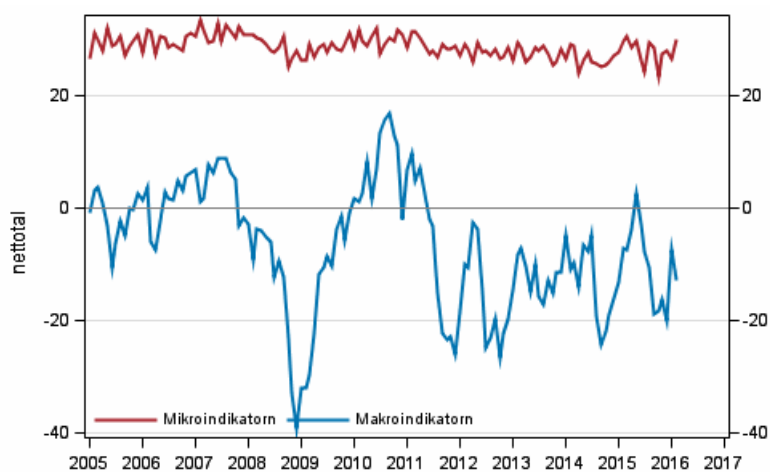
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2015	01/2016	02/2016	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,2	52,2	10,9	48,5	41,5	50,9	++
- Kan spara (%)	73,9	82,3	56,6	80,4	73,6	82,3	
- Kan inte spara (%)	24,3	40,3	16,5	19,2	25,2	16,5	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,2	17,8	9,1	10,2	14,2	11,7	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	4,5	6,0	5,2	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,0	5,7	8,2	6,6	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal)	-8,8	-2,4	-18,2	-12,0	-12,3	-10,7	-
- Mera (%)	21,5	30,8	13,9	17,2	17,8	18,9	
- Mindre (%)	32,8	40,4	26,5	33,4	34,9	32,9	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	15,8	16,2	18,7	++
- Mycket sannolikt (%)	8,6	12,1	5,1	8,3	7,7	10,1	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	7,5	8,5	8,6	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	4,4	8,7	6,3	-
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	1,9	3,1	2,8	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	2,6	5,6	3,5	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	18,8	20,9	20,7	+
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	13,3	14,0	12,7	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	5,5	6,9	8,0	

Figurbilagor

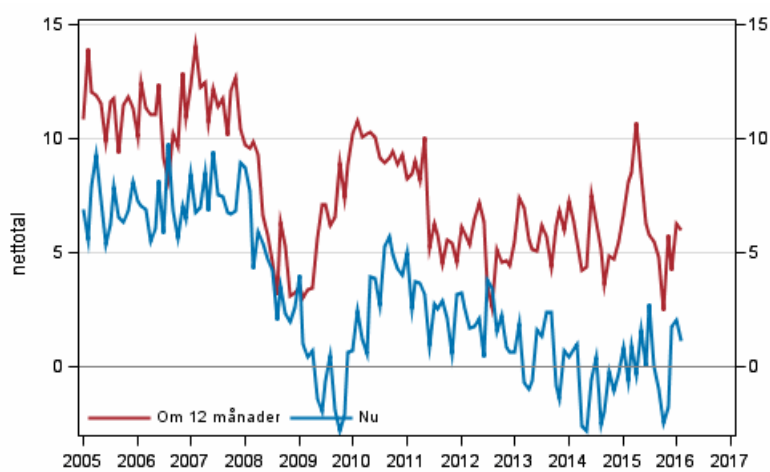
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



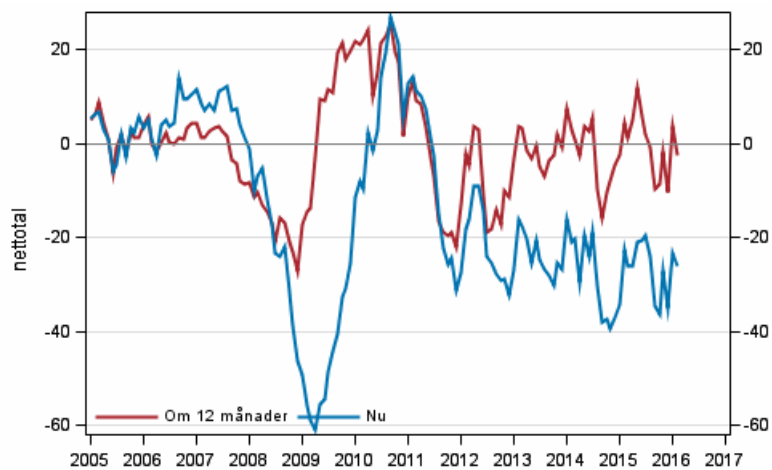
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



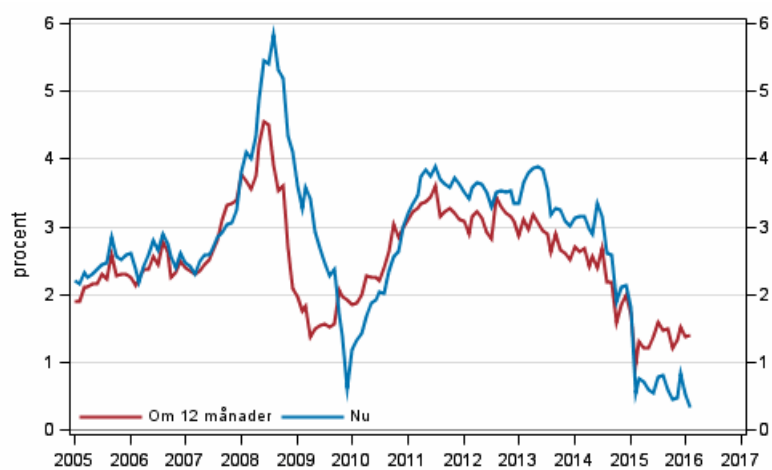
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



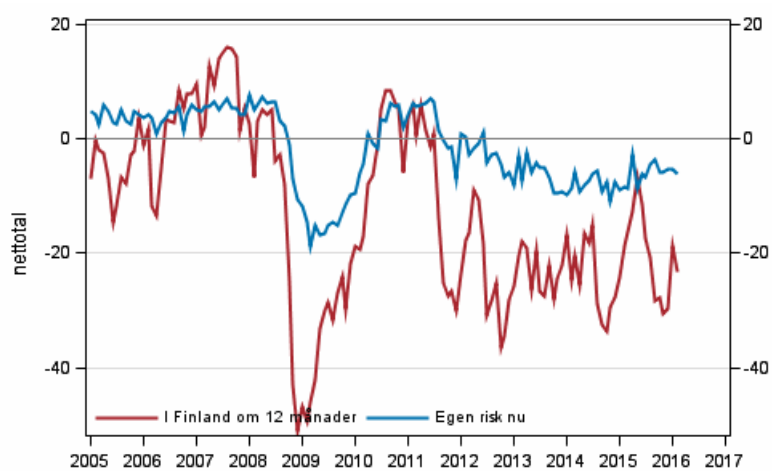
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



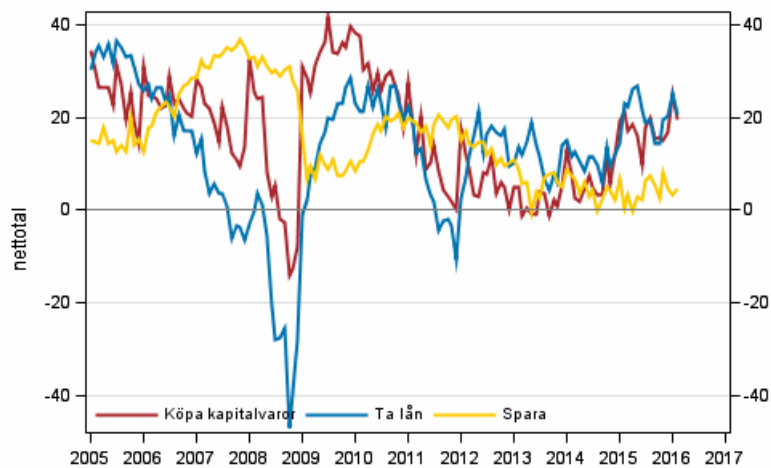
Figurbilaga 5. Inflation



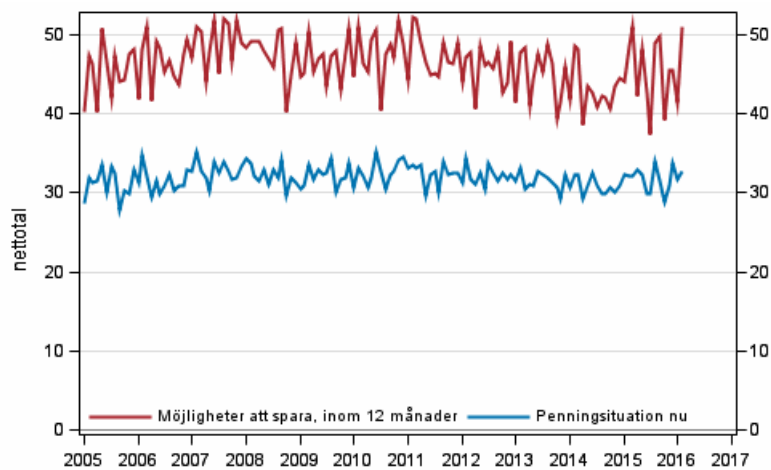
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



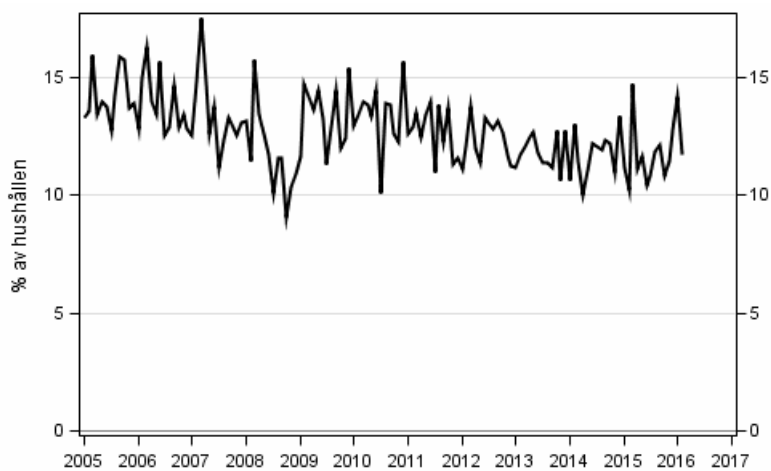
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



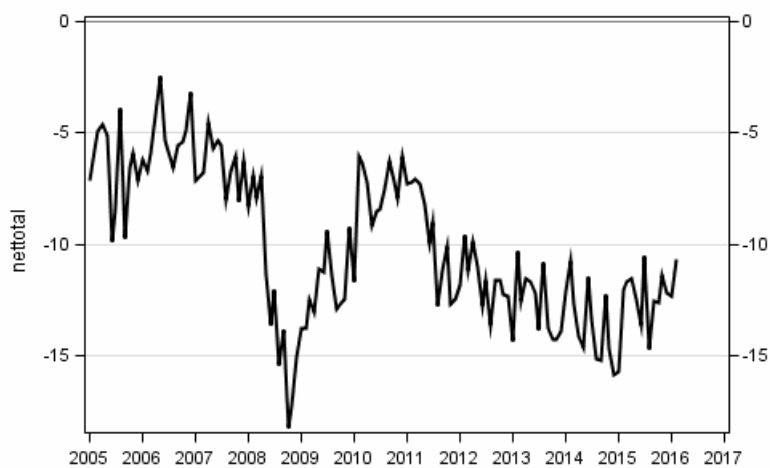
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



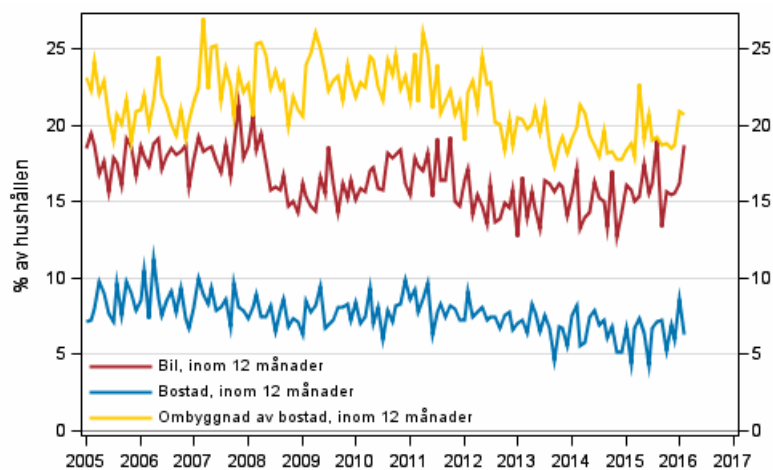
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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



Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa



Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598
Ansvarig statistikdirektör:
Jari Tarkoma

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

Källa: Konsumentbarometern 2016, februari. Statistikcentralen