

Konsumentbarometern

2017, februari

Positiv inställning hos konsumenterna – ändå få köpplaner

Konsumenternas förtroende för ekonomin är oförändrat och starkt. Konsumenternas förtroendeindikator var i februari 20,8, då den i januari var 21,0 och i december 19,5. I februari i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 7,7. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–16 februari 1 270 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 02/2017

Alla fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator, dvs. förväntningarna på den egna och på Finlands ekonomi, den allmänna arbetslösheten och hushållens möjligheter att spara var i stort sett oförändrade i februari jämfört med januari. Jämfört med motsvarande period i fjol visade förtroendeindikatorns delfaktorer en klar förstärkning, med undantag av möjligheterna att spara.

I februari var konsumenternas syn på Finlands ekonomi mycket ljus och synen också på arbetslöshetsutvecklingen optimistisk. Också förväntningarna på konsumenternas egen ekonomi var positiva. Konsumenterna ansåg att hushållens möjligheter att spara är goda under de följande 12 månaderna.

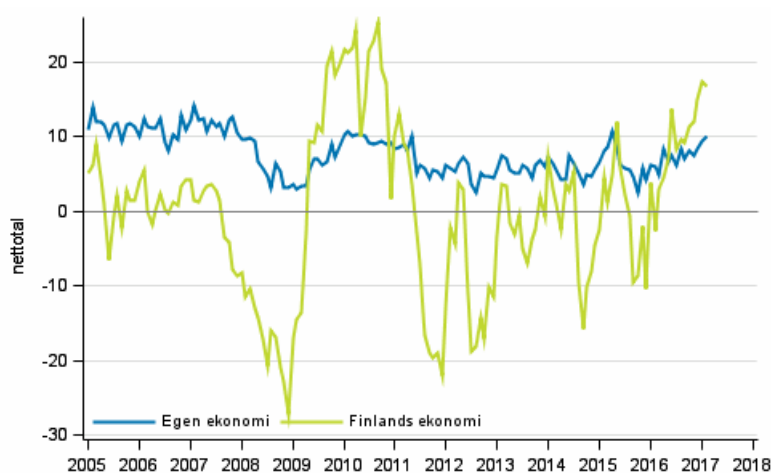
Konsumenterna ansåg i februari att tidpunkten var gynnsam för att ta lån, men inte lika gynnsam för att spara och köpa kapitalvaror. I februari oroade sig sysselsatta konsumenter mindre än vanligt för att själva råka ut för arbetslöshet.

Egen och Finlands ekonomi

I februari trodde 47 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Fjorton procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. För ett år sedan i februari var motsvarande andelar 29 och 29 procent.

I februari litade 29 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 25 och 15 procent.

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



Arbetslöshet och inflation

I februari litade 39 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året, medan 21 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Ännu för ett år sedan var motsvarande andelar dystra 13 och 54 procent.

Av de sysselsatta antog 15 procent i februari att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 17 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 1,6 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent. Konsumenterna uppskattade att inflationen för närvarande är 1,0 procent. I februari i fjol var värdet betydligt lägre, dvs. 0,3 procent.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 42 procent i februari att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Motsvarande andel var i januari 49 procent och långtidsmedelvärdet 45 procent. De allmänna planerna på att använda pengar var försiktiga i februari. Färre än vanligt, dvs. 15 procent av hushållen, hade för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil och 7 procent bostad inom ett år. I februari planerade 18 procent av hushållen att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

Sparande och låntagning

I februari ansåg 59 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Av hushållen hade 65 procent sparat och 79 procent trodde att de kan spara under det följande året. Långtidsmedelvärdet för andelen hushåll som sparar är 60 och 74 procent.

I februari bedömde 71 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Långtidsmedelvärdet är 62 procent. Färre än vanligt, dvs. 12 procent av hushållen, övervägde att ta lån inom ett år.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I februari var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i Norra Finland och huvudstadsregionen och svagast i Östra Finland. Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de mest optimistiska. Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var arbetslösa.

Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2016	01/2017	02/2017	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,8	22,9	-6,5	7,7	21,0	20,8	++
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	6,0	9,4	10,2	+
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,4	25,3	-27,1	-2,6	17,3	16,8	++
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,4	1,7	1,6	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,9	27,6	-51,1	-23,3	9,7	9,2	+
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,4	7,6	-18,8	-6,2	2,1	1,3	+
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,4	41,8	-14,2	19,5	25,2	16,2	=
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,4	36,8	-19,6	4,5	10,4	11,3	=
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,5	42,0	-47,1	20,6	31,2	29,1	+
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,5	52,2	10,9	50,9	47,7	46,9	+

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 delfaktorens 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](#).

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, inom 12 månader.....	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 konsumentbarometerens 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 konsumentbarometerens uppgiftslämnare representerar landets befolkning ifråga om ålder, kön, bostättningsområde och modersmål.

Konsumentbarometerens intervjuer görs från Statistikcentralens telefonintervjucentral (CATI) under de två eller tre första veckorna av månaden. I februari 2017 erhöles svar från 1 270 personer; därmed var bortfallet av svar 46,0 procent (inkl. övertäckning). 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 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

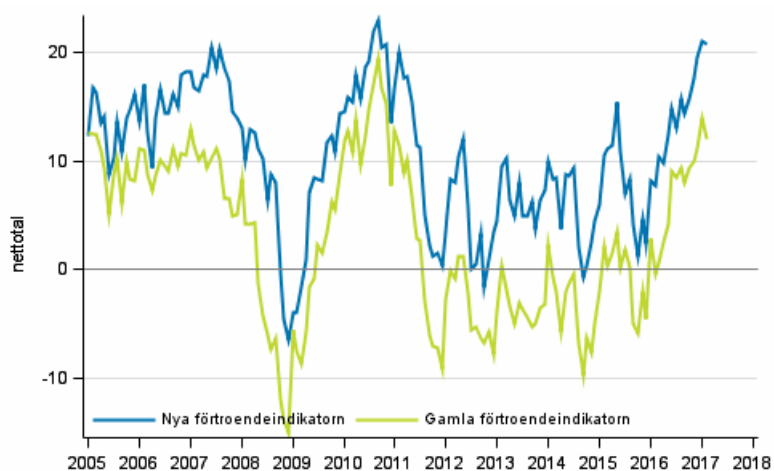
Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2016	01/2017	02/2017	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,8	22,9	-6,5	7,7	21,0	20,8	++
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,1	19,4	-15,0	-0,4	13,9	12,0	+
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,4	33,4	9,5	29,9	30,6	29,4	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,3	22,8	-39,1	-13,0	13,5	13,0	++
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,8	9,8	-4,0	1,1	5,7	3,2	=
- Bättre (%)	23,3	30,6	16,4	19,4	24,9	23,6	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	17,3	15,5	17,6	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	6,0	9,4	10,2	+
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	24,7	28,9	29,1	
- Sämre (%)	11,4	17,7	6,6	15,4	11,8	12,5	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-3,2	29,5	-60,9	-26,1	12,1	13,4	+
- Bättre (%)	25,9	62,1	2,0	9,1	42,1	45,2	
- Sämre (%)	28,8	88,5	4,2	51,3	17,1	16,9	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,4	25,3	-27,1	-2,6	17,3	16,8	++
- Bättre (%)	31,3	57,3	11,6	29,4	48,8	47,4	
- Sämre (%)	22,9	57,3	6,0	29,0	14,0	13,6	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	0,3	1,3	1,0	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,4	1,7	1,6	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,9	27,6	-51,1	-23,3	9,7	9,2	+
- Mindre (%)	29,8	60,8	6,4	13,1	41,4	39,5	
- Mera (%)	34,8	83,3	6,9	54,1	21,6	20,8	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,4	7,6	-18,8	-6,2	2,1	1,3	+
- Minskat (%)	12,9	20,0	5,3	10,2	14,4	15,1	
- Ökat (%)	17,3	31,9	7,9	20,7	13,3	17,0	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,4	41,8	-14,2	19,5	25,2	16,2	=
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	46,1	49,4	42,1	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,3	45,7	17,7	26,6	24,2	25,9	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,4	36,8	-19,6	4,5	10,4	11,3	=
- Bra tid (%)	57,8	80,7	33,4	52,8	57,2	58,9	
- Dålig tid (%)	36,7	58,5	15,5	43,0	38,7	36,4	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,5	42,0	-47,1	20,6	31,2	29,1	+
- Bra tid (%)	62,1	78,2	13,3	62,5	72,7	70,9	
- Dålig tid (%)	30,9	83,4	12,1	30,7	21,5	21,9	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,5	35,1	14,7	32,6	34,6	31,3	+
- Kan spara (%)	59,8	70,0	38,6	67,4	68,1	64,9	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	6,4	6,0	8,2	

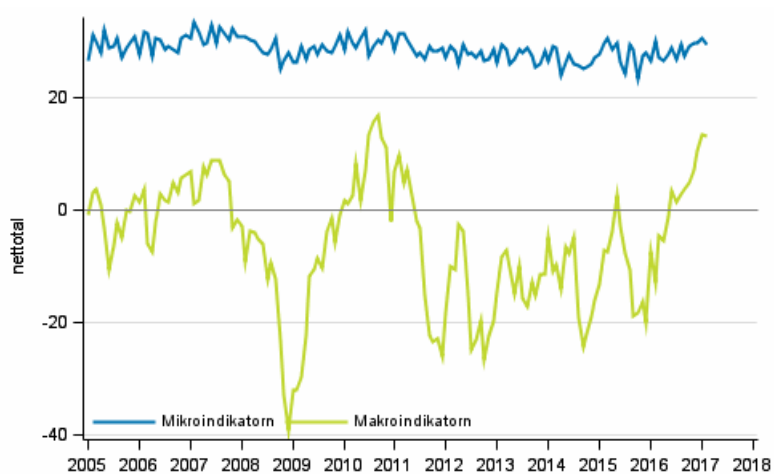
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2016	01/2017	02/2017	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,5	52,2	10,9	50,9	47,7	46,9	+
- Kan spara (%)	74,1	82,3	56,6	82,3	78,8	79,2	
- Kan inte spara (%)	24,1	40,3	16,5	16,5	20,0	19,6	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,1	17,8	9,1	11,7	12,0	12,3	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,2	5,7	5,0	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,0	6,6	6,3	7,3	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-10,7	-11,8	-13,0	--
- Mera (%)	21,4	30,8	13,9	18,9	18,6	18,4	
- Mindre (%)	32,8	40,4	26,5	32,9	33,8	33,3	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,7	21,7	12,7	18,7	16,9	14,9	-
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	10,1	7,1	7,2	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	8,6	9,7	7,7	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	6,3	6,7	6,6	-
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	2,8	2,9	2,8	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	3,5	3,8	3,8	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	20,7	18,2	18,0	=
- Mycket sannolikt (%)	12,5	19,0	5,0	12,7	11,6	13,3	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	8,0	6,6	4,7	

Figurbilagor

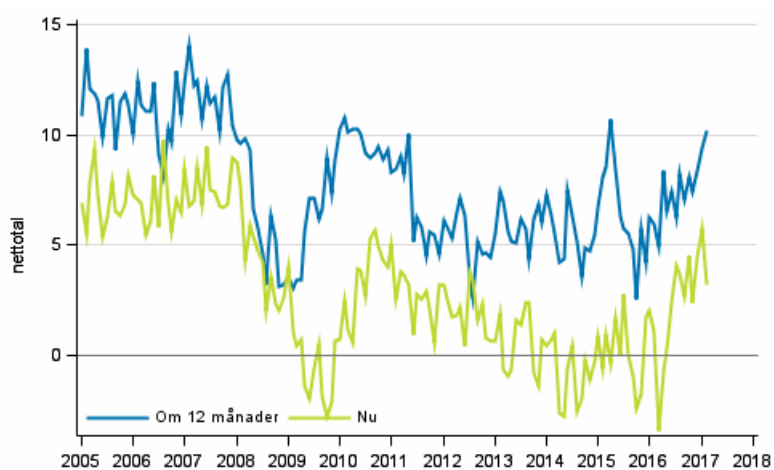
Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



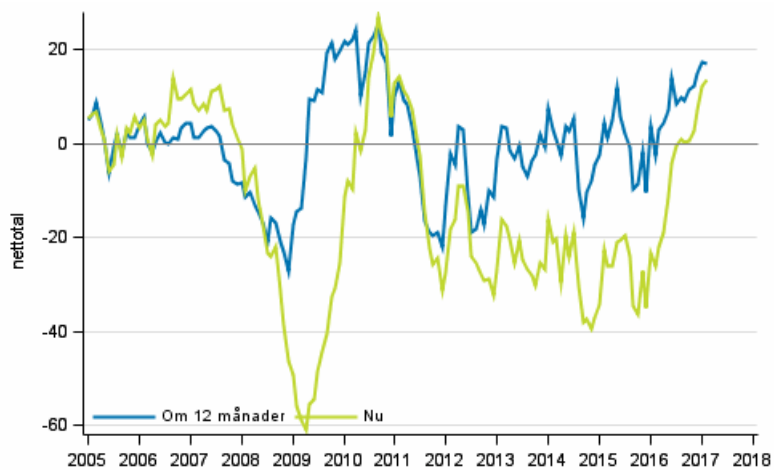
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



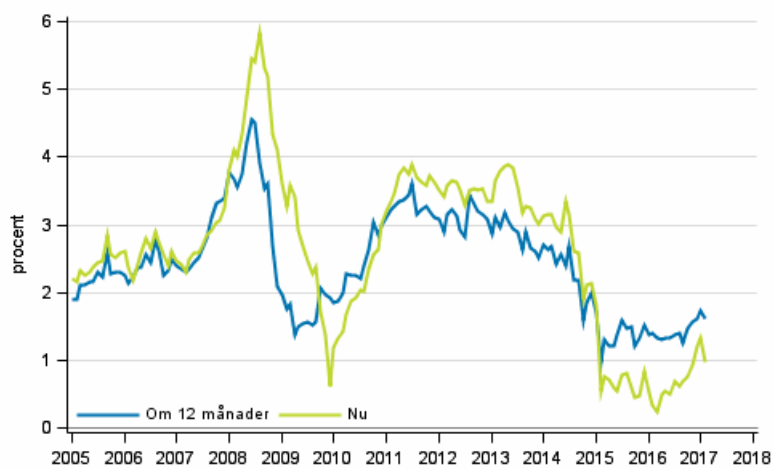
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



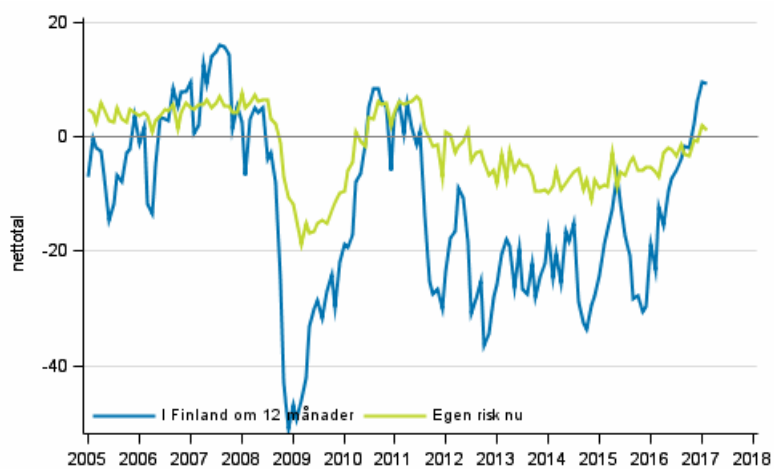
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



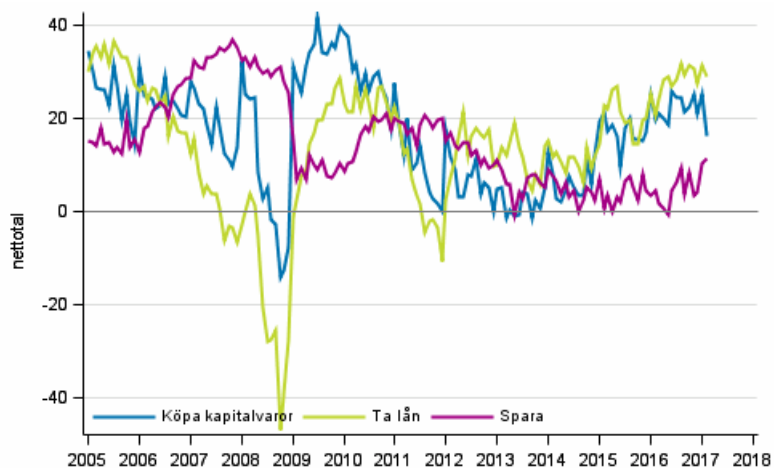
Figurbilaga 5. Inflation



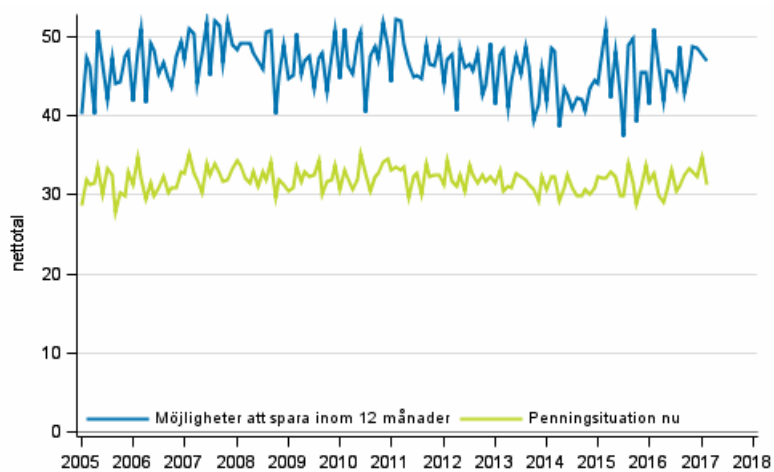
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



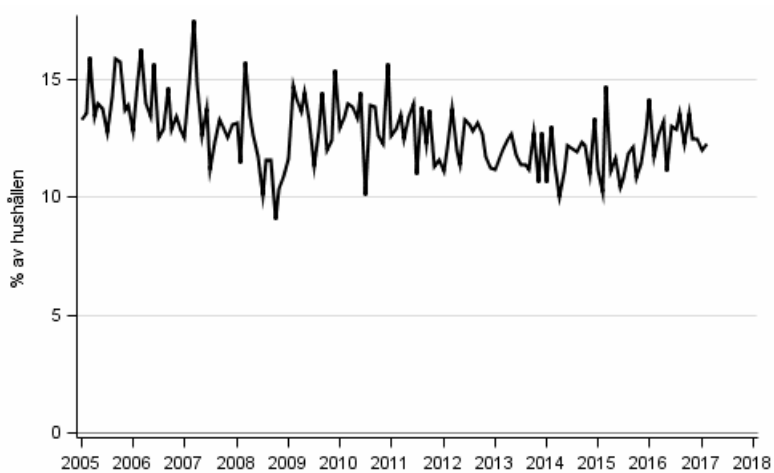
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



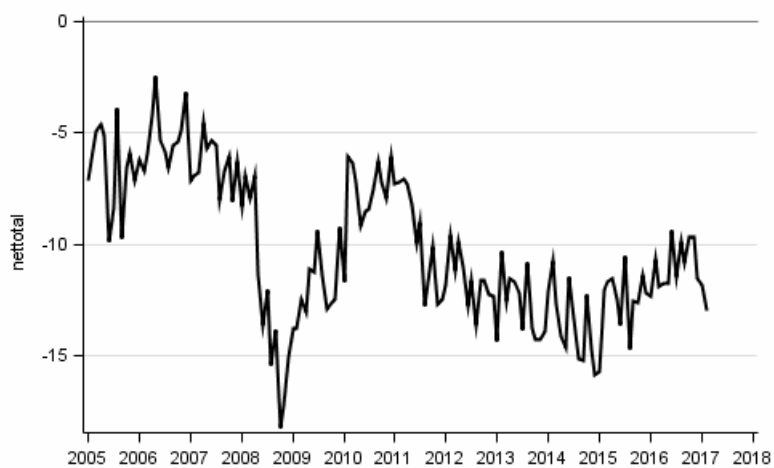
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



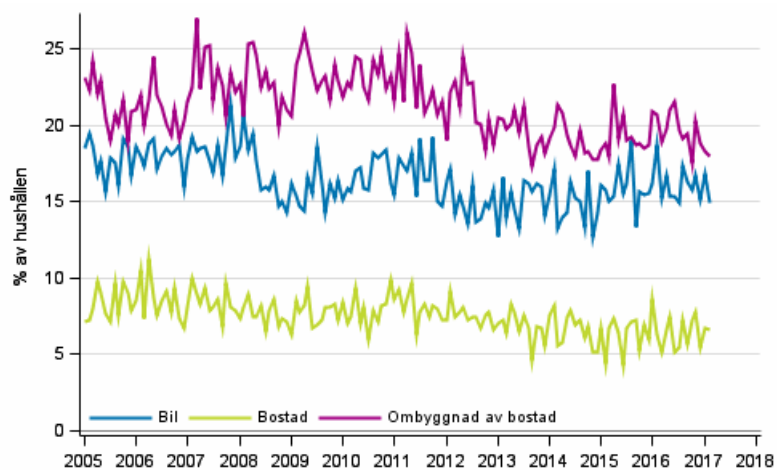
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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



Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader



Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598
Ansvarig statistikdirektör:
Jari Tarkoma

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

Källa: Konsumentbarometern 2017, februari. Statistikcentralen