

# Konsumentbarometern

2013, februari

## Konsumenternas förtroende förbättrades ytterligare i februari

Konsumenternas förtroendeindikator var i februari 9,6, då den i januari var 4,5 och i december 3,5. I februari var förtroendet för ekonomin ungefär på samma nivå som för ett år sedan (8,3), men fortfarande något under den genomsnittliga nivån (12,5). Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades 1 – 19 februari 1 453 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



\* medeltal 10/1995 - 02/2013

Alla de fyra delfaktorerna i förtroendeindikatorn förbättrades något i februari jämfört med januari. Mest förbättrades synen på den kommande ekonomiska ställningen i Finland och på det egna hushållets möjligheter att spara. Minst förbättrades hushållens förväntningar om den framtida egna ekonomin och om arbetslöshetsutvecklingen. Synen på arbetslösheten var fortfarande ganska dystert.

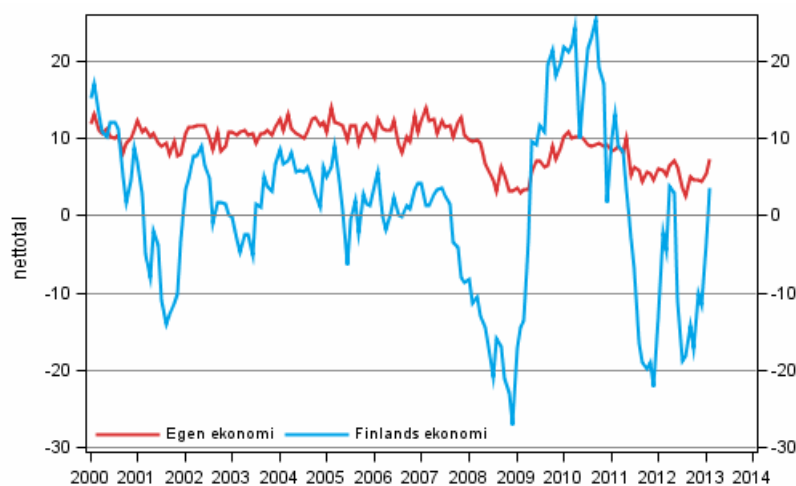
De sysselsatta konsumenternas oro för att själva råka ut för arbetslöshet minskade något i februari jämfört med januari. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var något bättre för att ta lån än för att spara eller köpa kapitalvaror.

## Egen och Finlands ekonomi

I februari trodde 35 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Tjugosex procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i januari 29 och 32 procent och i februari året innan 29 och 30 procent.

I februari litade 25 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 motsvarande andelar ungefär desamma, dvs. 24 och 15 procent.

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



## Arbetslöshet och inflation

I februari litade 15 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar i Finland under det följande året. Något över hälften (52 %) uppskattade däremot att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i januari 14 och 59 procent och för ett år sedan 18 och 49 procent.

I februari antog 11 procent av konsumenterna att risken för arbetslöshet minskat för deras egen del under de senaste månaderna. Klart fler, dvs. 18 procent, bedömde att risken ökat. För ett år sedan var dessa andelar 12 och 15 procent. I februari uppskattade 46 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet var oförändrad och 24 procent upplevde att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

Konsumenterna förutspådde i februari att konsumentpriserna stiger med 3,1 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

## Sparande och låntagning

I februari ansåg 56 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Två av tre hushåll hade sparat och fyra av fem trodde sig kunna spara under det följande året.

Av konsumenterna uppskattade 59 procent i februari att det är fördelaktigt att ta lån. För ett år sedan var motsvarande andel 54 procent. I februari planerade 12 procent av hushållen att ta lån inom ett år.

## Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 37 procent i februari att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. Konsumtionsplanerna var klart mer återhållsamma än långtidsmedelvärdet. Av hushållen avsåg 17 procent att ganska eller mycket säkert köpa bil inom ett år och 7 procent bostad. I februari i fjol var motsvarande andelar 17 och 9 procent. I februari planerade 20 procent av hushållen att renovera bostaden.

## Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2012	01/2013	02/2013	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,5	22,9	-6,5	8,3	4,5	9,6	-
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,7	14,1	2,3	5,8	5,5	7,4	-
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,8	25,3	-27,1	-2,2	-3,3	3,5	+/-
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	2,9	2,9	3,1	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-0,8	27,6	-51,1	-17,6	-25,8	-20,3	--
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,5	7,6	-18,8	0,2	-8,2	-3,1	-
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,7	41,8	-14,2	11,8	4,9	5,0	--
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,6	36,8	-19,6	17,0	10,9	8,9	+/-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,4	42,0	-47,1	7,2	10,1	13,6	-
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	38,3	52,2	10,9	47,1	41,5	47,6	+

**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 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 februari var bortfallet av svar 38,2 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 resultat 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](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

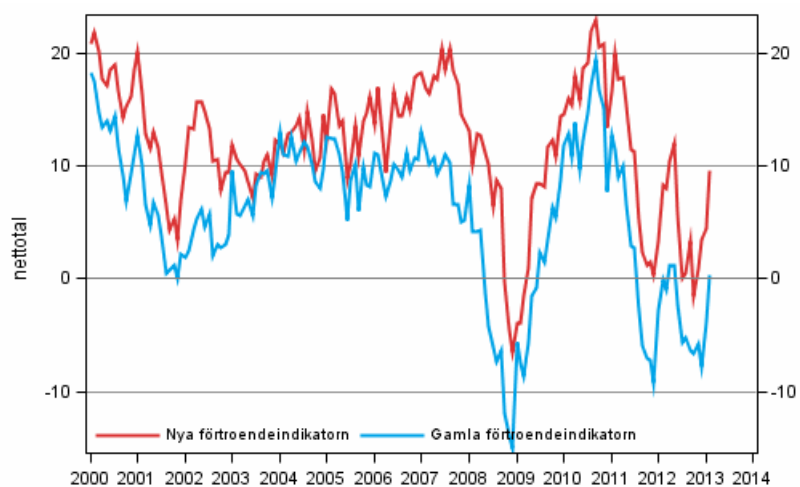
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2012	01/2013	02/2013	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,5	22,9	-6,5	8,3	4,5	9,6	-
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	7,5	19,4	-15,0	-0,1	-3,8	0,4	--
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,0	33,4	9,5	29,1	26,2	29,4	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	1,5	22,8	-39,1	-9,9	-14,5	-8,4	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	4,5	9,8	-4,0	2,5	0,6	1,9	-
- Bättre (%)	24,0	30,6	16,7	21,7	19,4	20,5	
- Sämre (%)	15,9	22,7	11,4	17,0	17,8	17,2	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,7	14,1	2,3	5,8	5,5	7,4	-
- Bättre (%)	26,0	33,4	18,2	24,0	23,2	24,7	
- Sämre (%)	10,8	17,2	6,6	14,7	14,6	12,6	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	0,7	29,5	-60,9	-18,3	-26,8	-16,0	-
- Bättre (%)	28,7	62,1	2,0	12,8	9,0	15,0	
- Sämre (%)	24,8	88,5	4,2	45,5	55,1	42,4	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,8	25,3	-27,1	-2,2	-3,3	3,5	+/-
- Bättre (%)	30,9	57,3	11,6	29,0	29,4	35,5	
- Sämre (%)	22,2	57,3	6,0	30,3	31,6	26,1	
B5 Inflationen nu (procent)	2,3	5,8	-2,0	3,4	3,3	3,6	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	2,9	2,9	3,1	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-0,8	27,6	-51,1	-17,6	-25,8	-20,3	--
- Mindre (%)	32,5	60,8	6,4	17,6	13,6	15,3	
- Mera (%)	31,7	83,3	6,9	49,2	59,4	52,2	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,5	7,6	-18,8	0,2	-8,2	-3,1	-
- Minskat (%)	13,6	20,0	5,3	11,8	8,2	11,0	
- Ökat (%)	15,4	31,9	7,9	14,6	21,7	18,3	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,7	41,8	-14,2	11,8	4,9	5,0	--
- Fördelaktig tidpunkt (%)	45,0	62,4	29,6	42,3	38,1	37,4	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	25,4	45,7	17,7	30,5	33,1	32,3	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	11,6	36,8	-19,6	17,0	10,9	8,9	+/-
- Bra tid (%)	58,9	80,7	33,4	62,5	57,8	56,3	
- Dålig tid (%)	35,3	58,5	15,5	33,5	36,8	38,4	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,4	42,0	-47,1	7,2	10,1	13,6	-
- Bra tid (%)	62,1	78,2	13,3	54,4	56,3	59,0	
- Dålig tid (%)	30,5	83,4	12,1	39,4	37,5	35,7	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	27,8	35,1	14,7	34,3	31,5	33,1	+
- Kan spara (%)	58,7	70,0	38,6	69,2	66,3	67,3	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,7	10,1	4,5	5,2	7,1	6,0	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2012	01/2013	02/2013	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	38,3	52,2	10,9	47,1	41,5	47,6	+
- Kan spara (%)	73,3	82,3	56,6	79,8	75,7	80,0	
- Kan inte spara (%)	24,8	40,3	16,5	19,0	22,9	19,2	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,4	17,8	9,1	12,1	11,2	11,7	--
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,1	5,0	5,5	
- Eventuellt (%)	7,8	11,4	5,2	7,0	6,2	6,2	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,1	-2,4	-18,2	-9,6	-14,4	-10,3	-
- Mera (%)	22,4	30,8	14,3	20,0	16,5	17,0	
- Mindre (%)	32,5	40,4	26,5	32,3	36,4	31,2	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	17,2	21,7	12,7	17,1	12,7	16,6	-
- Mycket sannolikt (%)	8,9	12,1	5,9	8,2	5,9	9,7	
- Ganska sannolikt (%)	8,4	10,4	6,2	8,9	6,8	6,9	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,1	11,3	4,1	9,1	7,0	7,2	+/-
- Ja, säkert (%)	3,1	5,2	1,3	3,5	2,7	3,4	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	5,6	4,4	3,8	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,7	27,0	9,8	22,2	20,5	20,3	+
- Mycket sannolikt (%)	12,3	19,0	5,0	14,6	13,4	14,5	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	7,5	7,1	5,8	

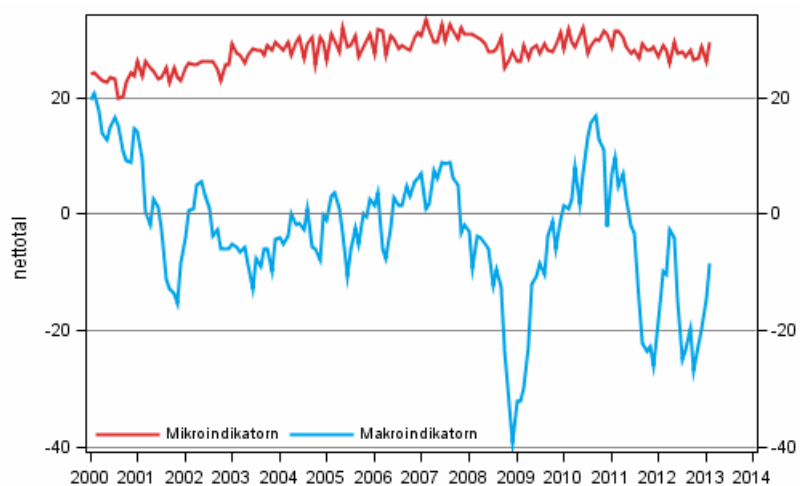


# Figurbilagor

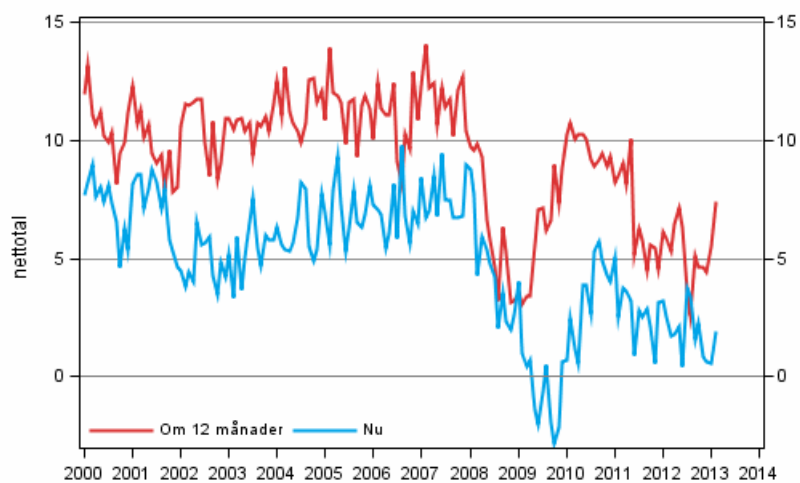
## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



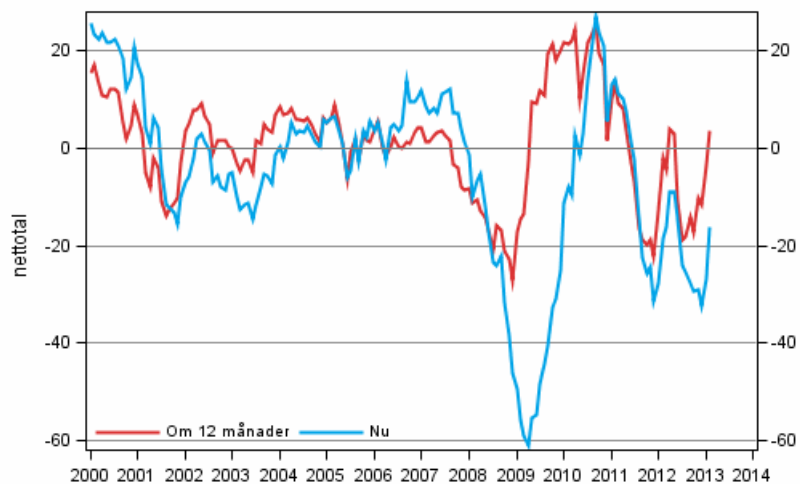
## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorerna



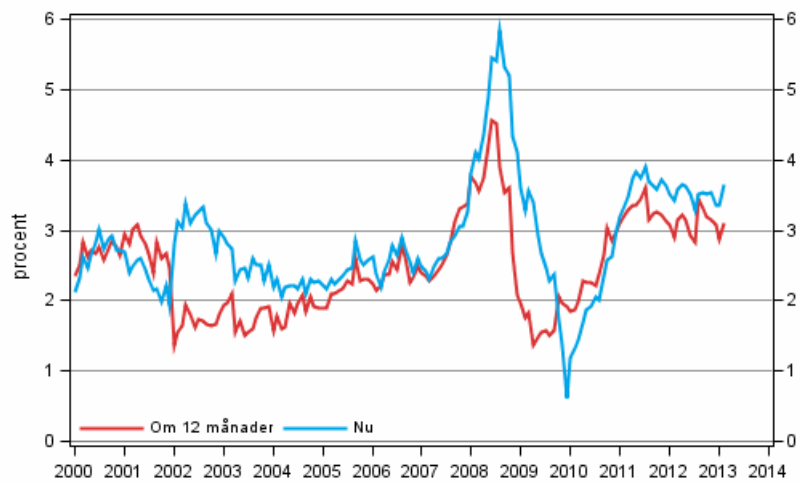
## Figurbilaga 3. Egen ekonomi



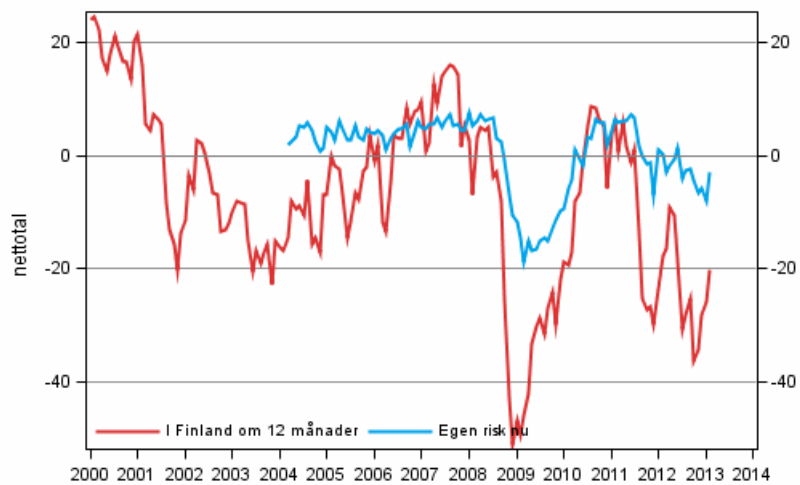
**Figurbilaga 4. Finlands ekonomi**



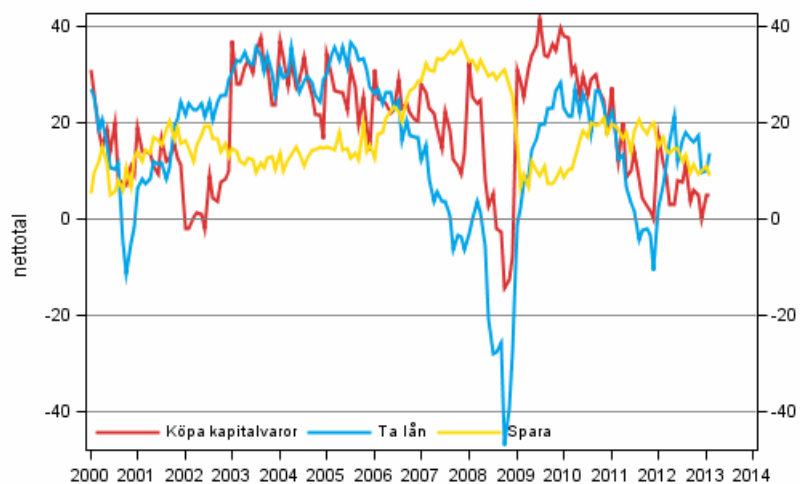
**Figurbilaga 5. Inflationen**



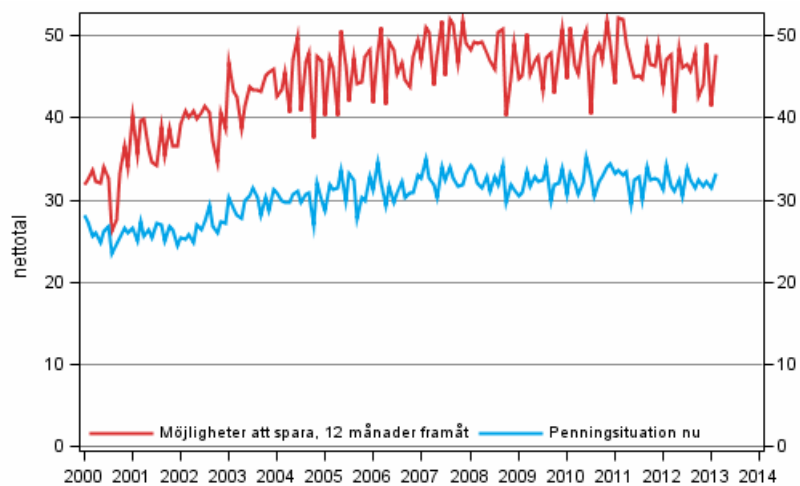
**Figurbilaga 6. Arbetslösheten**



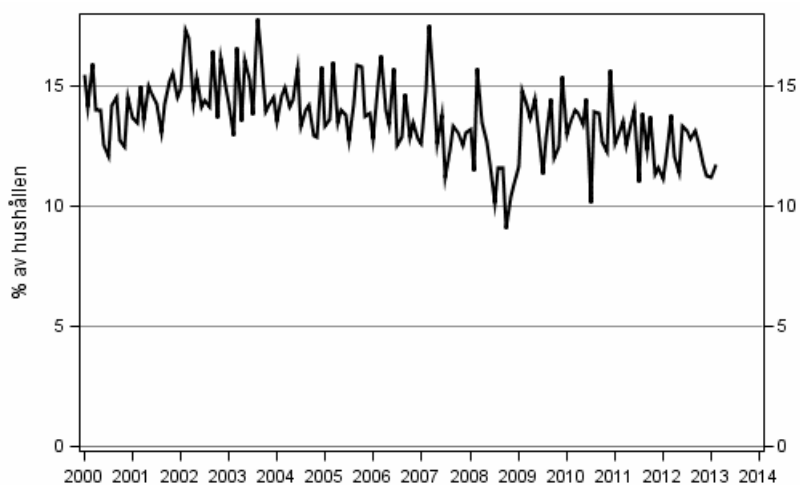
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



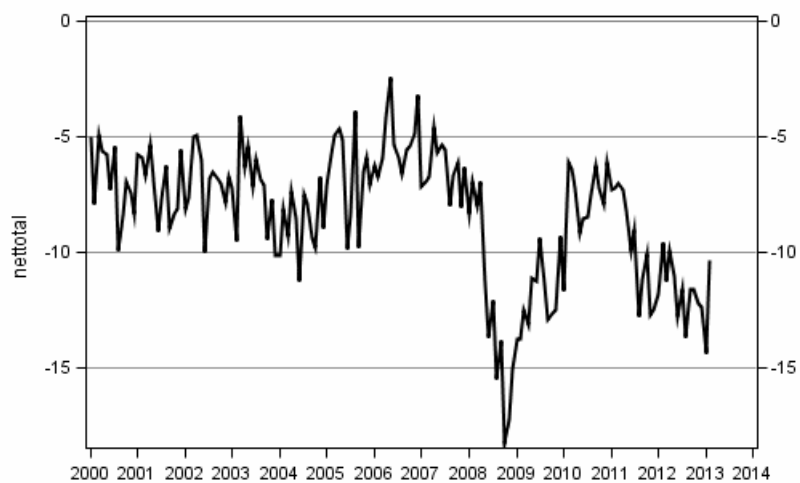
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation**



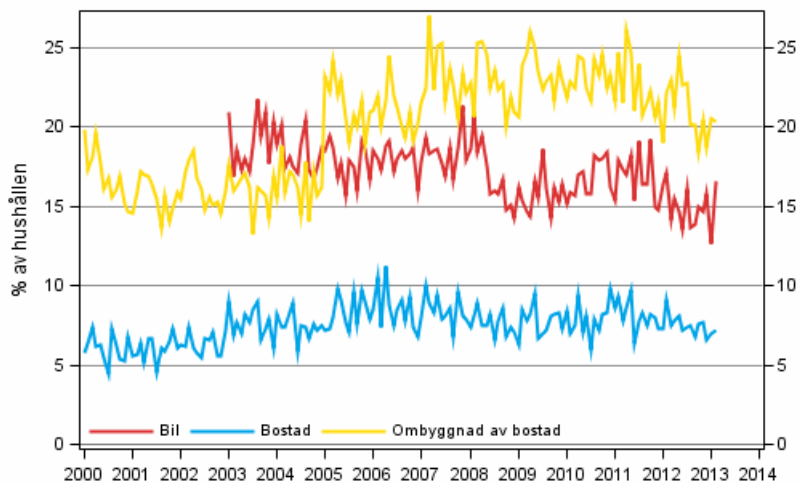
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



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



**Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader**



## Förfrågningar

Tara Junes 09 1734 3503

Pertti Kangassalo 09 1734 3598

Ansvarig statistikdirektör:

Riitta Harala

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

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

Källa: Konsumentbarometern 2013, februari. Statistikcentralen