

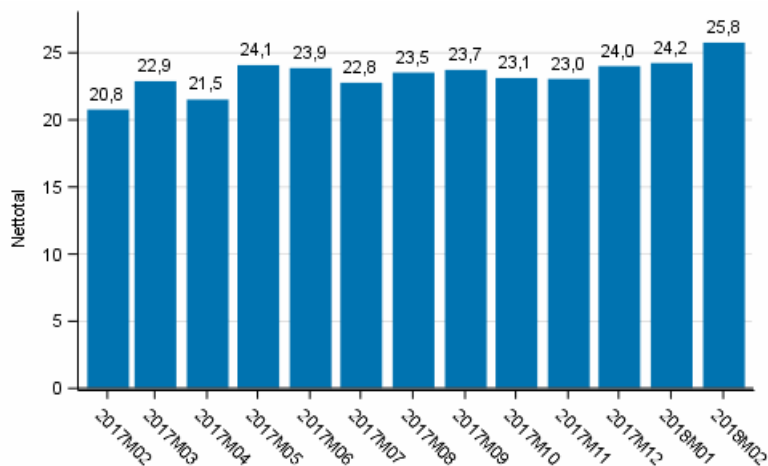
Konsumentbarometern

2018, februari

Nytt rekord i konsumenternas förtroende igen

Konsumenternas förtroendeindikator var i februari 25,8, då den i januari var 24,2. Siffrorna är de högsta i hela mät historien. I februari i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 20,8. Indikatorns långtidsmedelvärde är 12,3. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–19 februari 1 146 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator

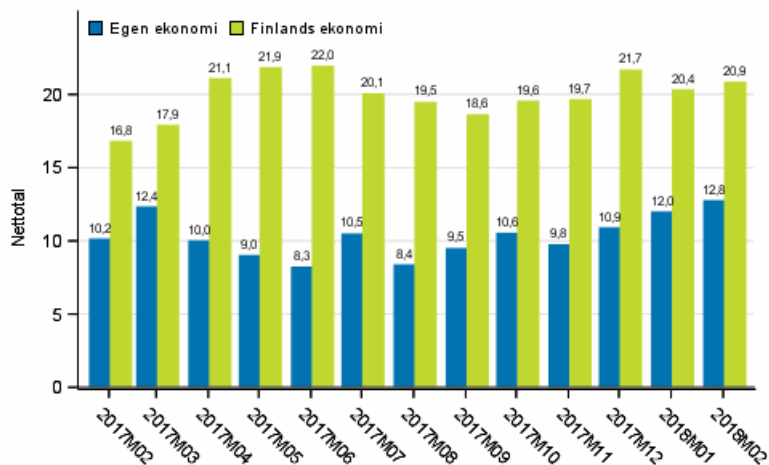


Av delfaktorerna i förtroendeindikatorn blev förväntningarna på en minskning av arbetslösheten i Finland klart starkare i februari jämfört med januari. I februari förbättrades också övriga delfaktorer något, dvs. uppskattningarna på konsumentens egen och på Finlands ekonomi samt på hushållets möjligheter att spara. Jämfört med motsvarande period i fjol visade förtroendeindikatorns delfaktorer en klar förstärkning, med undantag av möjligheterna att spara.

I februari var konsumenternas förväntningar på den egna ekonomin och Finlands ekonomi samt på arbetslösheten mycket ljusa. Också förväntningarna på hushållets möjligheter att spara var goda.

Konsumenterna ansåg i februari att tidpunkten var mycket gynnsam för att spara, men inte lika bra för att ta lån eller köpa kapitalvaror som för en månad sedan. I februari upplevde sysselsatta konsumenter att risken för att själva råka ut för arbetslöshet minskat mycket under den senaste tiden.

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



Nettotal 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. Delfaktorerna är: egen ekonomi, Finlands ekonomi, allmän arbetslöshet och hushållets möjligheter att spara (alla gäller följande 12 månader). Nettotalen och förtroendeindikatorn kan variera mellan -100 och +100, ju högre (positiv) siffra desto mer optimistisk är synen på ekonomin.

Innehåll

Översikter.....	4
Metoden för konsumentbarometern.....	4

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

Översikter

Egen och Finlands ekonomi

I februari trodde 49 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Bara 8 procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var i januari 48 och 7 procent och i februari året innan 47 och 14 procent.

I februari litade 30 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och bara 9 procent befarade att den blir sämre inom ett år. En månad tidigare var andelarna 29 och 8 procent och för ett år sedan 29 och 13 procent.

Arbetslöshet och inflation

I februari litade redan drygt hälften, dvs. 55 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året medan 12 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I januari var andelarna 50 och 14 procent och för ett år sedan 39 och 21 procent.

Av de sysselsatta antog 18 procent i februari att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 10 procent antog att risken hade ökat. Av de sysselsatta upplevde 33 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I februari bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,7 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,2 procent.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 44 procent i februari att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. I januari var andelen 50 procent. Av hushållen hade 16 procent för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil inom ett år. Av hushållen planerade 8 procent att köpa bostad. I februari planerade 20 procent av hushållen att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

Sparande och låntagning

I februari ansåg 70 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. För ett år sedan var motsvarande andel 59 procent. Av hushållen hade 67 procent sparat i februari och 79 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I februari bedömde 71 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Långtidsmedelvärdet är 63 procent. I februari funderade 13 procent av hushållen på att ta lån inom ett år.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I februari var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen. Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de klart mest optimistiska. De mest negativa synpunkterna på den ekonomiska utvecklingen hade arbetslösa och pensionärer.

EU-resultat

Alla EU-länders (säsongrensade) barometerresultat publiceras varje månad på Europeiska kommissionens webbplats: [Pressmeddelanden](#).

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 [Europeiska kommissionen](#).

Urval och datainsamling

Till populationen i konsumentbarometern hör 4,5 miljoner personer i åldern 15–84 år och deras 2,7 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. Intervjuerna görs i huvudsak från Statistikcentralens telefonintervjucentral (CATI), under de två eller tre första veckorna av månaden.

I februari 2018 erhöles svar från 1 146 personer; därmed var bortfallet av svar 51,2 procent. Bortfallet omfattar förutom dem som vägrade eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunde nå. Eventuell övertäckning (död, flyttat utomlands e.d.) ingår här också i bortfallet.

Viktning

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 (Calmar) 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

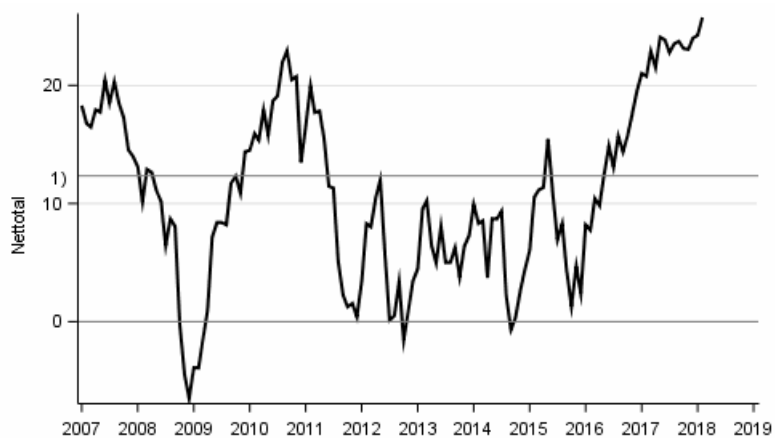
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2017	01/2018	02/2018	Utsikter ¹⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	12,3	25,8	-6,5	20,8	24,2	25,8	++
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,6	20,6	-15,0	12,0	20,6	19,6	++
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,7	33,4	9,5	29,4	31,1	31,0	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	0,5	22,8	-39,1	13,0	19,1	21,4	++
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,8	9,8	-4,0	3,2	6,9	7,1	++
- Bättre (%)	23,3	30,6	16,4	23,6	26,7	26,8	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	17,6	14,5	15,0	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,4	14,1	2,3	10,2	12,0	12,8	++
- Bättre (%)	25,8	33,4	18,2	29,1	28,8	30,1	
- Sämre (%)	11,4	17,7	6,6	12,5	8,2	9,1	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-1,9	29,5	-60,9	13,4	29,0	28,7	++
- Bättre (%)	27,3	62,1	2,0	45,2	60,2	59,4	
- Sämre (%)	28,0	88,5	4,2	16,9	6,6	7,0	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	4,1	25,3	-27,1	16,8	20,4	20,9	++
- Bättre (%)	32,1	57,3	11,6	47,4	47,8	48,5	
- Sämre (%)	22,3	57,3	6,0	13,6	7,4	8,1	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	1,0	1,2	1,3	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,6	1,7	1,7	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-3,0	27,6	-51,1	9,2	17,9	22,0	++
- Mindre (%)	30,6	60,8	6,4	39,5	49,5	55,2	
- Mera (%)	33,9	83,3	6,9	20,8	13,5	12,0	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,0	7,6	-18,8	1,3	5,9	6,5	++
- Minskat (%)	13,2	20,0	5,3	15,1	17,2	17,8	
- Ökat (%)	16,9	31,9	7,9	17,0	11,2	10,1	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,6	41,8	-14,2	16,2	34,5	28,3	+
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	42,1	49,8	44,1	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,0	45,7	15,2	25,9	15,2	15,8	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,7	36,8	-19,6	11,3	26,6	26,5	++
- Bra tid (%)	58,1	80,7	33,4	58,9	69,6	69,9	
- Dålig tid (%)	36,4	58,5	15,5	36,4	23,4	23,9	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	18,2	42,0	-47,1	29,1	33,0	29,5	+
- Bra tid (%)	62,6	78,2	13,3	70,9	73,6	71,5	
- Dålig tid (%)	30,3	83,4	12,1	21,9	18,7	20,8	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,7	35,3	14,7	31,3	34,7	32,9	+
- Kan spara (%)	60,1	70,0	38,6	64,9	68,3	66,7	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2017	01/2018	02/2018	Utsikter ¹⁾
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	8,2	6,7	8,2	
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,9	52,2	10,9	46,9	46,7	47,3	+
- Kan spara (%)	74,3	82,3	56,6	79,2	78,4	79,2	
- Kan inte spara (%)	23,9	40,3	16,5	19,6	20,8	19,0	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,1	17,8	9,1	12,3	12,1	12,8	=
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	5,0	6,3	5,7	
- Eventuellt (%)	7,5	11,4	5,0	7,3	5,8	7,1	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-13,0	-8,9	-9,1	=
- Mera (%)	21,3	30,8	13,9	18,4	18,9	20,2	
- Mindre (%)	32,6	40,4	25,6	33,3	30,6	31,7	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	14,9	18,7	16,0	-
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	7,2	9,5	7,2	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	7,7	9,2	8,8	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	6,6	7,4	8,5	++
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	2,8	3,1	2,6	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	3,8	4,3	5,9	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	18,0	18,5	19,9	+
- Mycket sannolikt (%)	12,4	19,0	5,0	13,3	11,0	12,4	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	4,7	7,6	7,5	

1) Utsikter: ++ mycket goda, + goda, = neutrala, - dåliga, -- mycket dåliga; nettotalets avvikelse från medeltalet har jämförts med standardavvikelsen

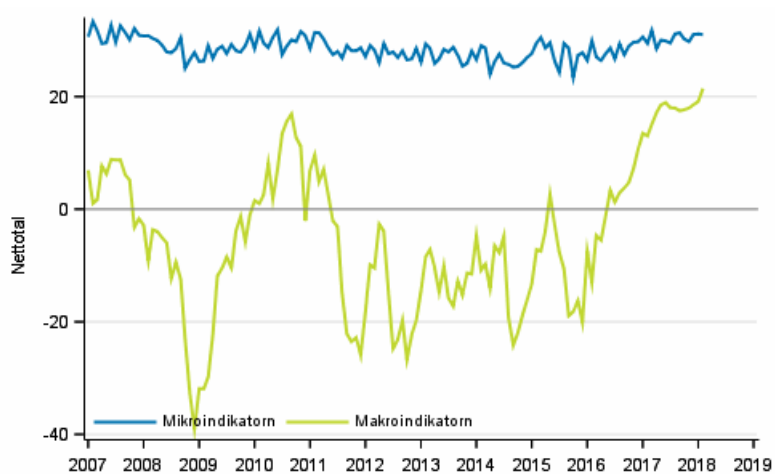
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

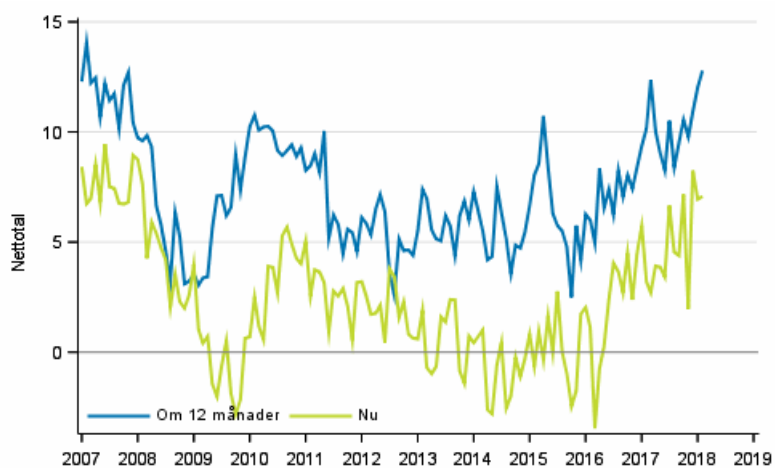


1) medeltal 10/1995 - 02/2018

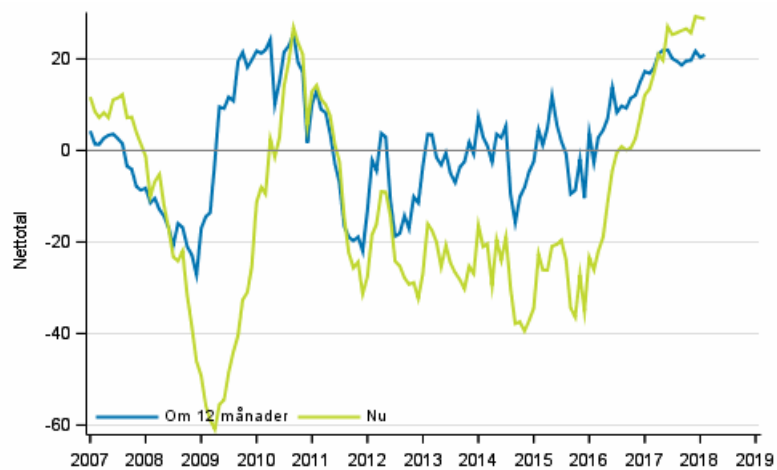
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer



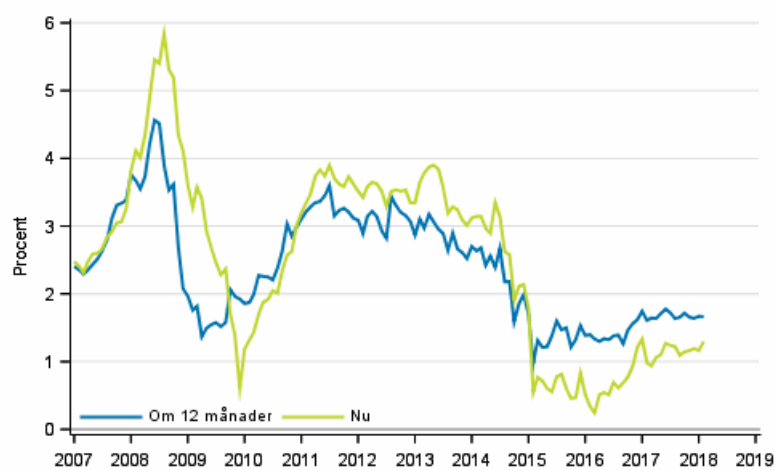
Figurbilaga 3. Egen ekonomi



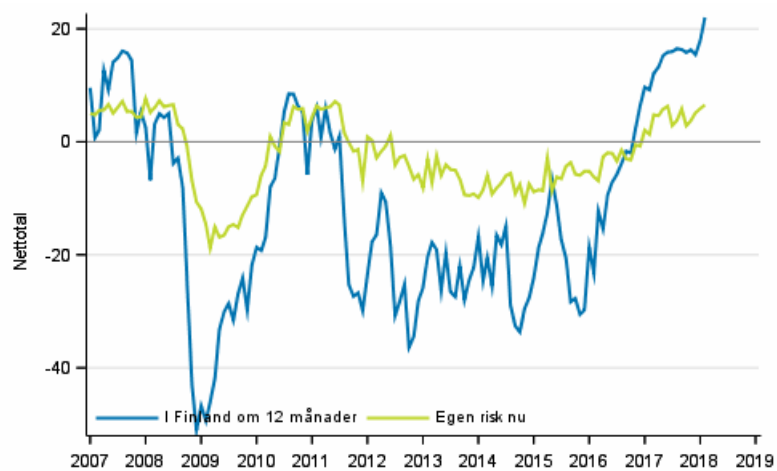
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi



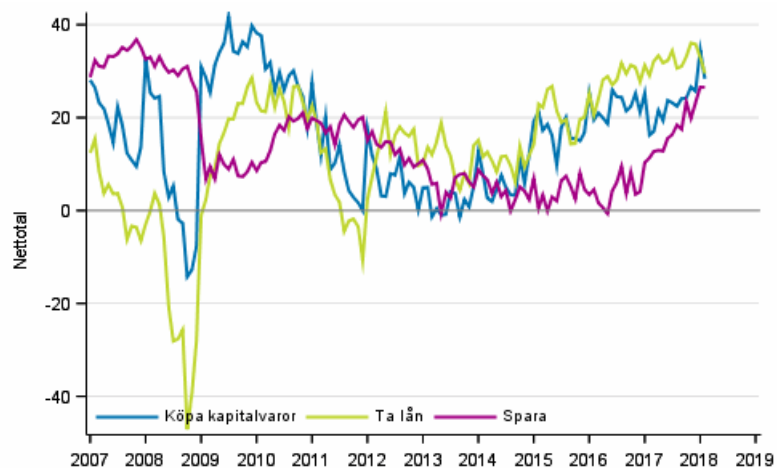
Figurbilaga 5. Inflation



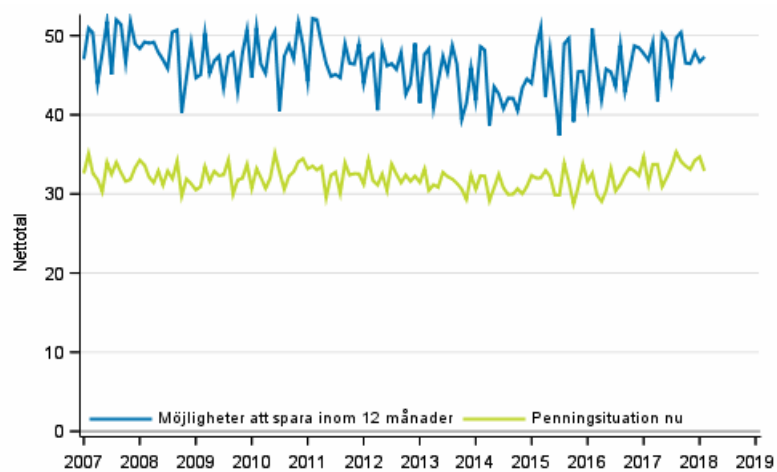
Figurbilaga 6. Arbetslöshet



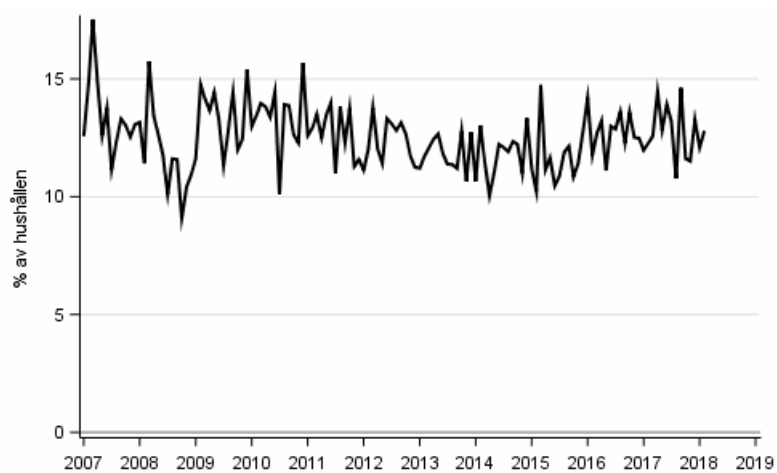
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att



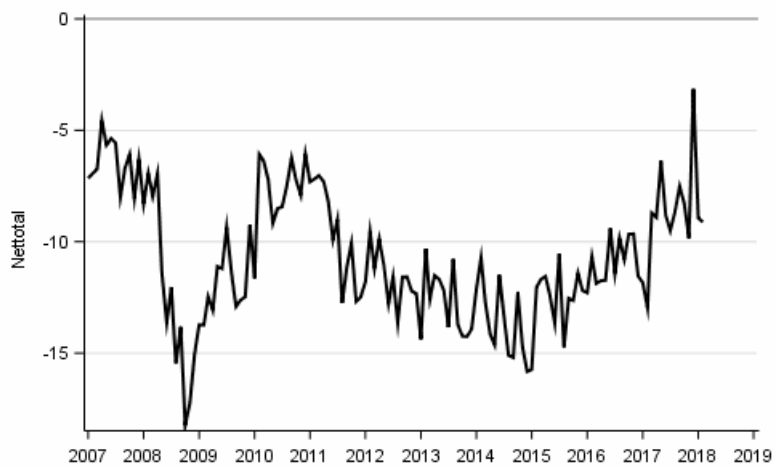
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara



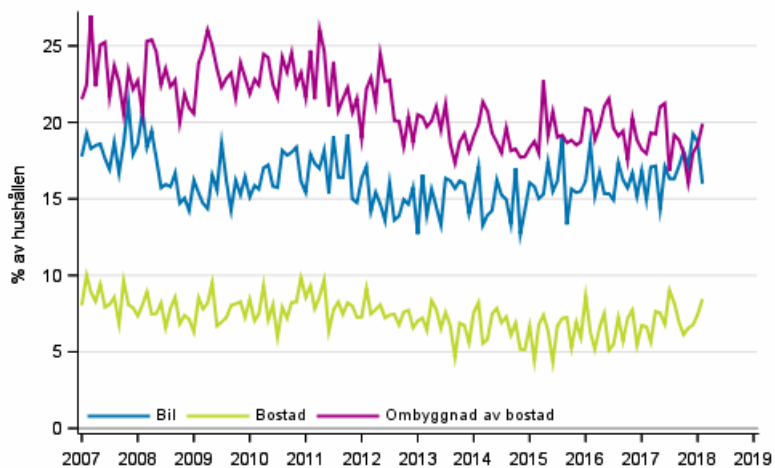
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader



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 2018, februari. Statistikcentralen