

Konsumenternas förtroende

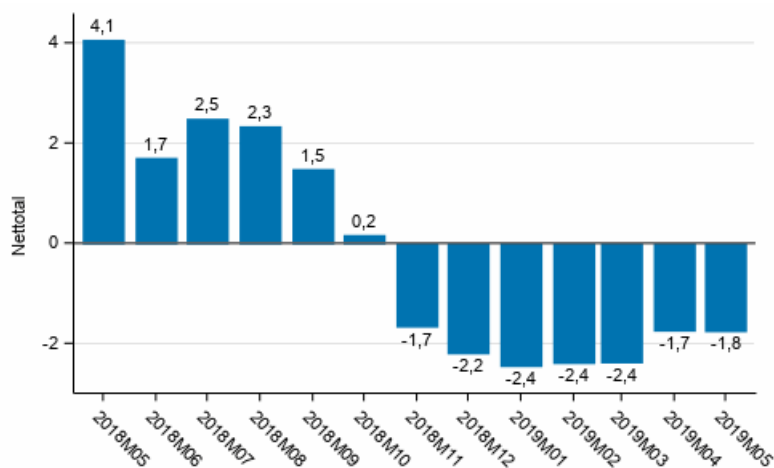
2019, maj

Nya Konsumenternas förtroendeindikator på minus

Nya Konsumenternas förtroendeindikator var i maj -1,8 medan den i april var -1,7 och i mars -2,4. I maj i fjol fick förtroendeindikatorn det klart högre värdet 4,1. Indikatorns medelvärde från januari 2018 är 0,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–15 maj av 1 034 personer bosatta i Finland.

OBS! Namnet på statistiken ändrades i maj från konsumentbarometern till konsumenternas förtroende. Samtidigt ändrades statistikens datainsamlingssätt, urvalsdesign, viktning och datainnehåll. Konsumenternas förtroendeindikator [förnyades](#) också. De gamla uppgifterna om netttotal i statistiken har nivåkorregerats bakåt ända till januari 2018. Mer detaljerade uppgifter om ändringarna finns nedan (Begreppen), i [Översikten](#), i [Kvalitetsbeskrivningen](#) (på finska) och på Statistikcentralens webbsidor: [Nyheter](#) och [Ändringar i denna statistik](#).

Konsumenternas förtroendeindikator

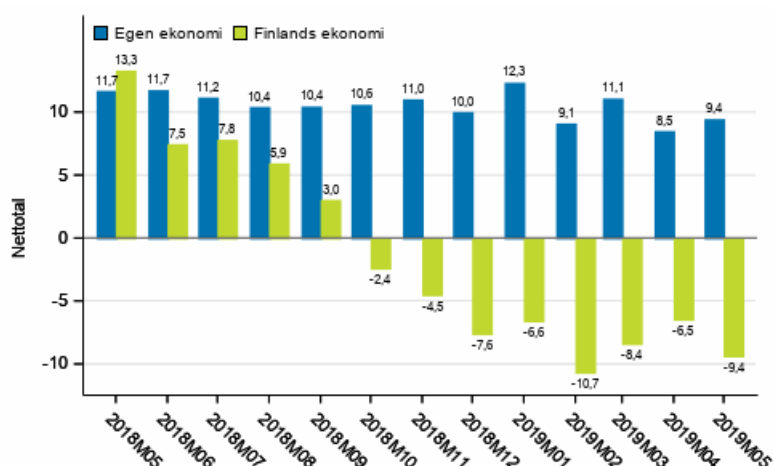


Av de fyra delfaktorerna i nya Konsumenternas förtroendeindikator förbättrades i maj en aning konsumenternas syn på den egna ekonomiska situationen just nu liksom också förväntningen på den egna ekonomin om ett år jämfört med april. Däremot försvagades förväntningen på utvecklingen av Finlands ekonomi. Planerna på att använda pengar på kapitalvaror var oförändrade, och konsumenterna hade fler dylika planer än i genomsnitt.

Synen på den egna ekonomiska situationen i nuläget är ljus, medan man uppskattar den framtida situationen som ganska svag trots förbättringen. Förväntningen på Finlands ekonomi var dyster i maj.

Jämfört med motsvarande period i fjol förbättrades bara synen på den egna aktuella ekonomiska situationen något i maj. Förväntningen på den allmänna ekonomin i Finland rasade på ett år.

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



I maj uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen är på en mycket god nivå. Konsumenterna ansåg att tidpunkten allmänt taget var gynnsam för att spara och ta lån, men inte särskilt gynnsam för att köpa kapitalvaror. I maj upplevde sysselsatta konsumenter att risken för att själva råka ut för arbetslöshet ökat under den senaste tiden. Visserligen fanns det ingen sådan risk överhuvudtaget för varannan konsument.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I maj var förtroendet för ekonomin starkast i Västra Finland (förtroendeindikatorn -0,1) och svagast i Östra Finland (-6,4). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de mest optimistiska (3,1). De klart mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärerna (-11,1).

EU-resultat

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

Begrepp

Nettotalet erhålls genom att vikta svarsalternativen och subtrahera den procentuella andelen nekande svar från den procentuella andelen jakande svar på en fråga. **Konsumenternas förtroendeindikator (A1)** beräknas som ett genomsnitt av delfaktorernas netttotal. Nya förtroendeindikatorns fyra delfaktorer är: konsumentens egen ekonomi nu (B1), konsumentens egen ekonomi om 12 månader (B2), Finlands ekonomi om 12 månader (B4) och konsumentens användning av pengar på kapitalvaror under de följande 12 månaderna jämfört med föregående 12 månader (E1). Nettotalen och förtroendeindikatorn kan variera mellan -100 och +100, ju högre (positiv) siffra desto mer optimistisk är synen på ekonomin.

Innehåll

Översikt.....	4
Metoden för undersökningen om konsumenternas förtroende.....	4

Tabeller

Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter.....	6
--	---

Figurer

Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator	8
Figurbilaga 2. Egen ekonomi.....	8
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi.....	8
Figurbilaga 4. Inflation	9
Figurbilaga 5. Arbetslöshet.....	9
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att.....	9
Figurbilaga 7. Konsumentens penningssituation och möjligheter att spara.....	10
Figurbilaga 8. Konsumentens avsikter att ta lån, inom 12 månader.....	10
Figurbilaga 9. Köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt.....	10
Figurbilaga 10. Konsumentens avsikter att köpa, inom 12 månader.....	11

Översikt

Egen och Finlands ekonomi

I maj trodde 14 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Trettioen procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämrar.

I maj litade 29 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 13 procent befarade att den blir sämre inom ett år. Av konsumenterna uppskattade 30 procent att den egna ekonomin för närvarande är bättre än för ett år sedan och 17 procent ansåg att den är sämre i maj.

Arbetslöshet och inflation

I maj litade 24 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och 30 procent uppskattade att arbetslösheten ökar.

Av de sysselsatta upplevde rentav 50 procent i maj att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa. Av de sysselsatta antog 9 procent att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 15 procent antog att risken ökat.

I maj bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,4 procent under de följande 12 månaderna. Medelvärde för inflationsförväntningarna från januari 2018 är 2,6 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 67 procent i maj att det är fördelaktigt att spara. Av konsumenterna hade 63 procent sparat i maj och 78 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I maj ansåg 64 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Av konsumenterna planerade 17 procent att ta lån inom ett år.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna ansåg 31 procent i maj att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Fjorton procent av konsumenterna avsåg att öka och 34 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året.

I maj planerade 17 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil inom ett år. Tretton procent av konsumenterna planerade åter att köpa bostad. Tjugotre procent av konsumenterna planerade att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

Metoden för undersökningen om konsumenternas förtroende

Med hjälp av undersökningen om konsumenternas förtroende mäter man de finländska konsumenternas förtroende för ekonomin, dvs. föreställningar om och förväntningar på den egna ekonomiska utvecklingen och den allmänna ekonomiska utvecklingen i Finland. Man utreder också konsumenternas planer på att göra stora anskaffningar, spara och ta lån. Undersökningen genomförs med en s.k. mixed-mode-datainsamling, dvs. med webblankett och genom telefonintervjuer (CATI). I undersökningen finns färdiga svarsalternativ (en kvalitativ undersökning).

Undersökningens tidigare namn var konsumentbarometern. Konsumentbarometern genomfördes med enbart telefonintervjuer. Den första barometerundersökningen 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 uppgifter om konsumenternas uppfattningar varje månad på uppdrag av och med delfinansiering från [Europeiska kommissionen](#).

Urval och datainsamling

Till populationen i undersökningen om konsumenternas förtroende hör 3,9 miljoner personer i åldern 18–74 år i Finland. I undersökningen används paneldesign: alla medverkar två gånger inom ett halvt år. Det slumpmässiga urvalet utgörs varje månad av 2 200 personer av vilka hälften är med första gången och hälften andra gången. Undersökningsområdet omfattar hela landet, och deltagarna representerar landets befolkning ifråga om ålder, kön, bostadsområde och modersmål. Undersökningens datainsamlingsperiod är de två eller tre första veckorna i månaden.

I maj 2019 erhöles svar från 1 034 personer, därmed var bortfallet av svar 53,0 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 undersökningen om konsumenternas förtroende 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 avsikter¹⁾

	Medeltal 01/2018-	Maxvärde 01/2018-	Minvärde 01/2018-	05/2018	04/2019	05/2019	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	0,8	4,9	-2,4	4,1	-1,7	-1,8	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	6,5	8,5	3,9	6,6	6,0	7,9	++
- Bättre (%)	29,9	
- Sämre (%)	17,5	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	10,9	13,4	8,5	11,7	8,5	9,4	--
- Bättre (%)	28,6	
- Sämre (%)	13,0	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	14,1	24,9	0,8	24,5	4,2	5,7	-
- Bättre (%)	29,2	
- Sämre (%)	18,0	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	2,3	16,5	-10,7	13,3	-6,5	-9,4	--
- Bättre (%)	13,8	
- Sämre (%)	30,8	
B5 Inflationen nu (procent)	2,6	3,0	2,2	2,5	2,6	2,6	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,6	3,0	2,4	2,6	2,5	2,4	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	5,2	13,8	-4,0	13,4	-2,9	-4,0	--
- Mindre (%)	23,6	
- Mera (%)	30,2	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,6	4,8	-2,6	4,8	-0,1	-2,6	--
- Minskat (%)	9,2	
- Ökat (%)	14,6	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	23,9	34,3	14,8	22,0	20,9	20,1	-
- Bra tid (%)	31,0	
- Dålig tid (%)	10,9	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	21,3	24,6	19,5	19,5	24,2	22,1	+
- Bra tid (%)	67,4	
- Dålig tid (%)	31,4	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	15,2	22,8	4,5	21,9	13,4	17,1	+
- Bra tid (%)	64,5	
- Dålig tid (%)	33,7	
D1 Konsumentens penningssituation nu (nettotal)	28,2	31,0	24,9	30,0	29,4	31,0	++
- Kan spara (%)	63,1	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	9,1	
D2 Konsumentens möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	49,1	53,1	44,3	49,9	52,8	51,5	+
- Kan spara (%)	77,8	
- Kan inte spara (%)	22,1	
D5 Konsumentens avsikter att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	17,2	.

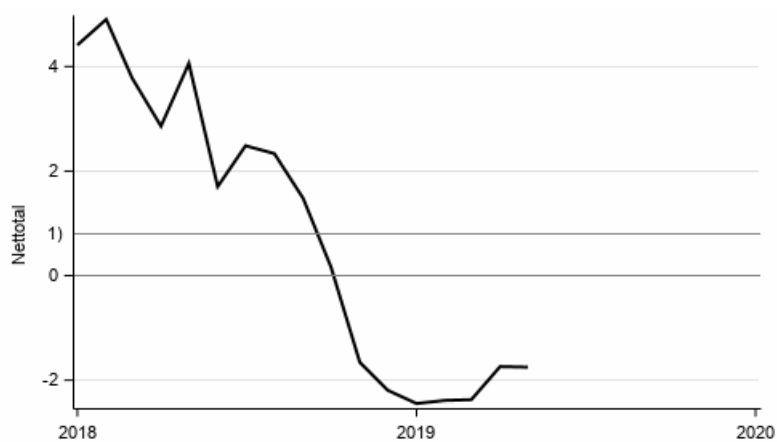
	Medeltal 01/2018-	Maxvärde 01/2018-	Minvärde 01/2018-	05/2018	04/2019	05/2019	Utsikter ²⁾
- Ja, säkert (%)	4,7	
- Eventuellt (%)	12,5	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (nettotal)	-16,5	-14,1	-21,2	-15,3	-15,0	-15,0	+
- Mera (%)	14,5	
- Mindre (%)	34,2	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av konsumenterna)	17,4	.
- Mycket sannolikt (%)	6,3	
- Ganska sannolikt (%)	11,1	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,8	.
- Ja, säkert (%)	4,0	
- Eventuellt (%)	8,8	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	22,6	.
- Mycket sannolikt (%)	9,0	
- Ganska sannolikt (%)	13,6	

1) Perioden 01/2018-04/2019: uppgifter om svarsfördelningar kan inte uppvisas, enbart (nivåkorrigerade) netttotalen offentliggörs.

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

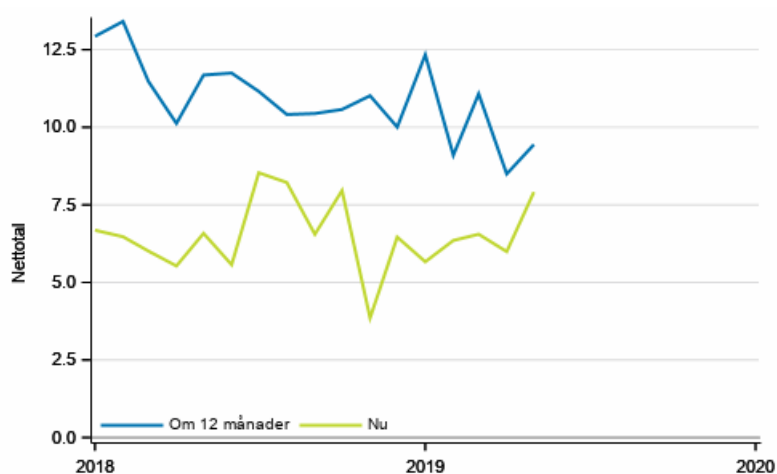
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

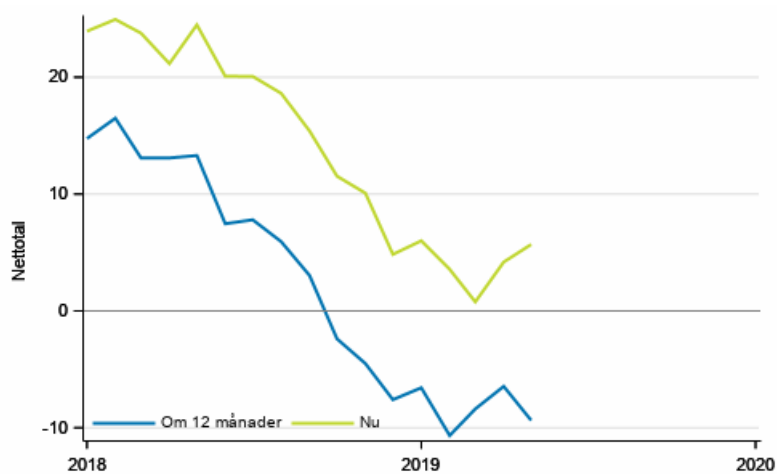


1) medeltal 01/2018 - 05/2019

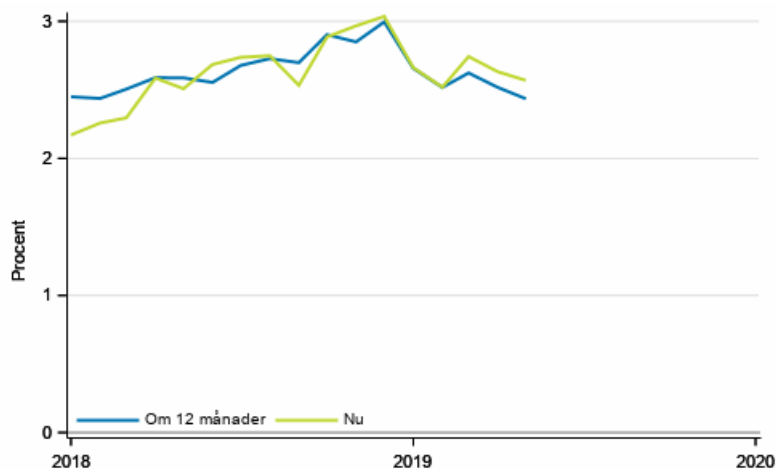
Figurbilaga 2. Egen ekonomi



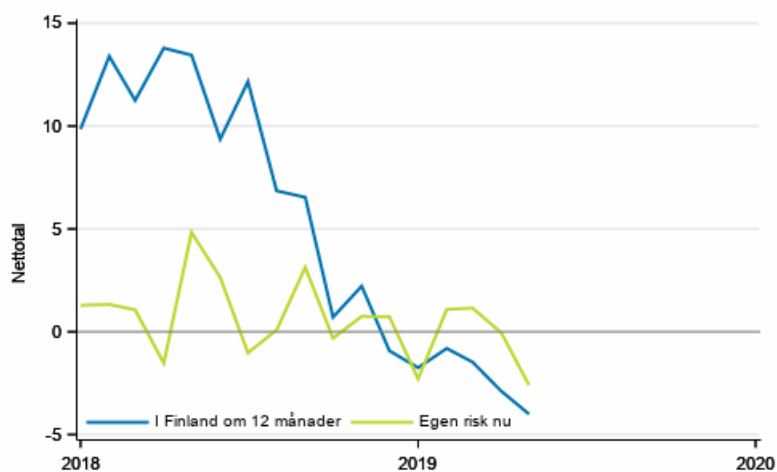
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



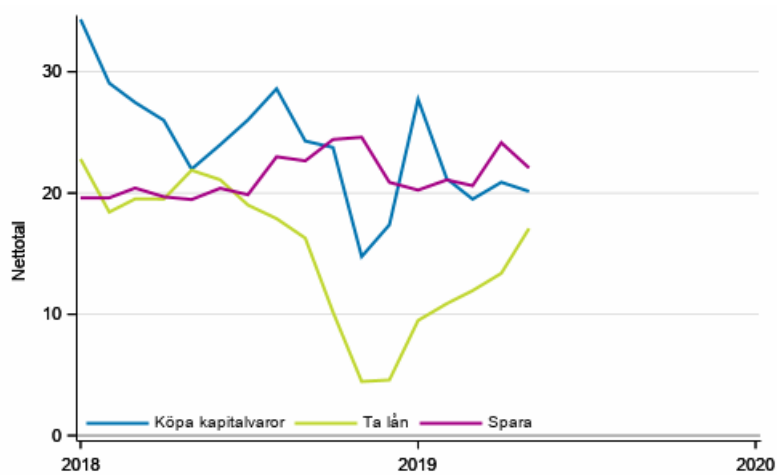
Figurbilaga 4. Inflation



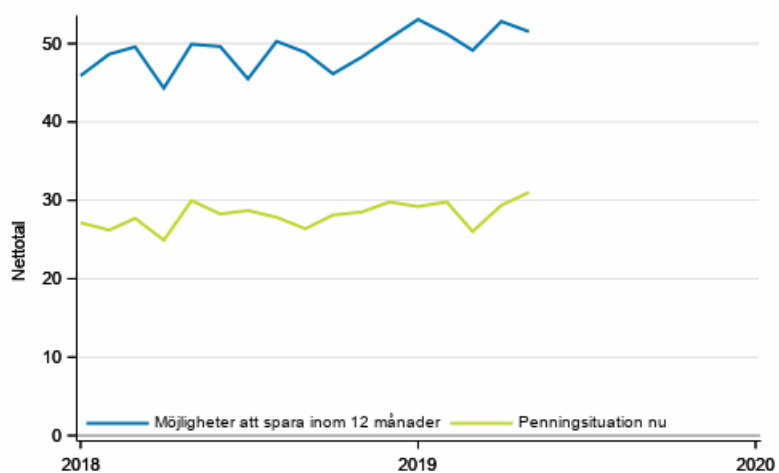
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



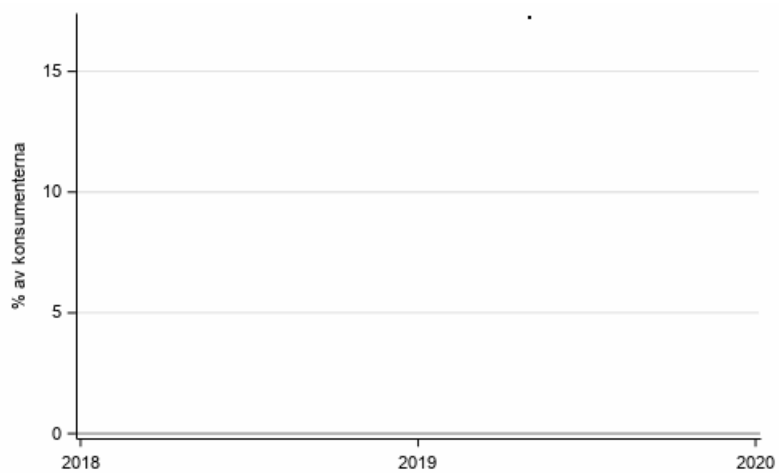
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



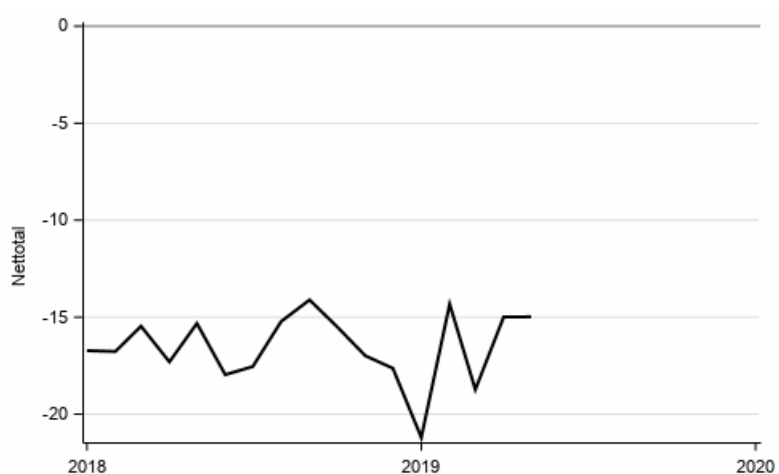
Figurbilaga 7. Konsumentens penningssituation och möjligheter att spara



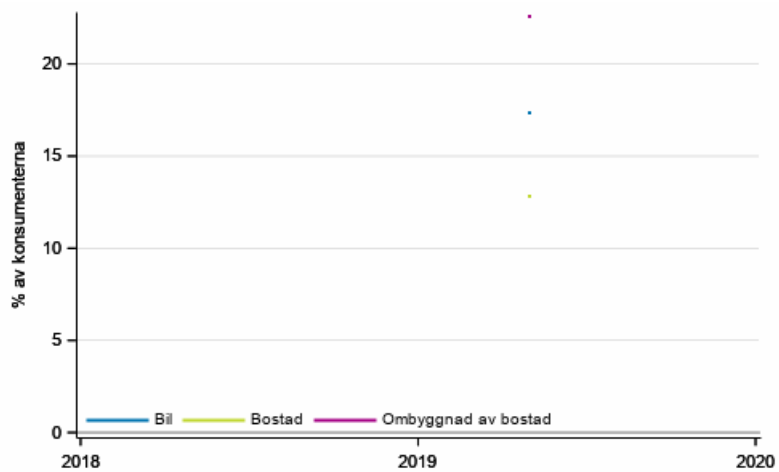
Figurbilaga 8. Konsumentens avsikter att ta lån, inom 12 månader



Figurbilaga 9. Köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt



Figurbilaga 10. Konsumentens avsikter att köpa, inom 12 månader



Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Tuomas Parikka 029 551 3276

Ansvarig statistikdirektör:

Jari Tarkoma

konsumenternas.fortroende@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumenternas förtroende 2019, maj, Statistikcentralen