

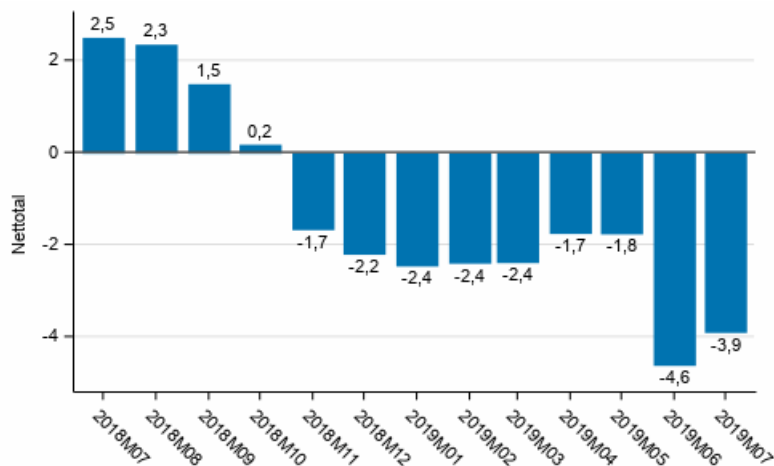
# Konsumenternas förtroende

2019, juli

## Konsumenternas förtroende på minus i juli

Konsumenternas förtroendeindikator var i juli -3,9, då den i juni var -4,6 och i maj -1,8. I juli i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 2,5. Indikatorns medelvärde från januari 2018 är 0,3. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–19 juli av 1 050 personer bosatta i Finland. Undersökningsmetoderna [förnyades](#) i maj.

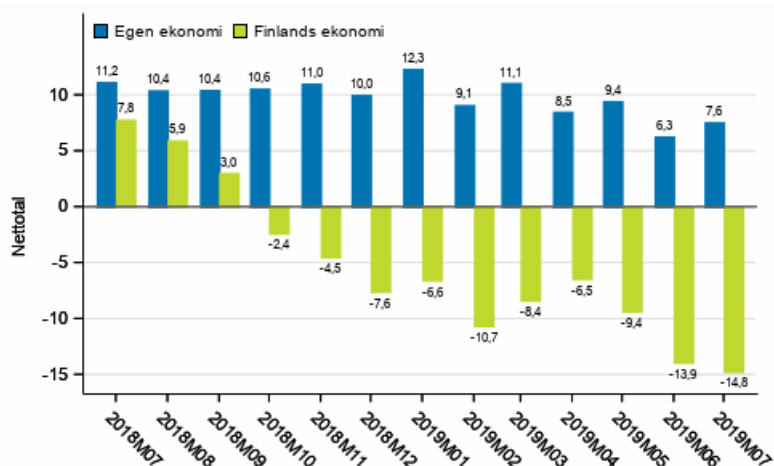
### Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator försvagades i juli bara synen på Finlands ekonomi jämfört med juni. Övriga delfaktorer förstärktes något. Förväntningarna på Finlands ekonomi var mycket pessimistiska. Samtidigt hade konsumenterna den dämpad syn på både den nuvarande och den kommande situationen när det gäller den egna ekonomin. I juli hade konsumenterna klart fler planer än i genomsnitt på att använda pengar på kapitalvaror.

Jämfört med motsvarande period i fjol visade förtroendeindikatorns delfaktorer en försvagning i juli, med undantag av planerna på att använda pengar. Särskilt förväntningarna på Finlands ekonomi rasade på årsnivå.

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



I juli förväntade sig konsumenterna att den allmänna arbetslöshetsituationen blir sämre i fortsättningen. Sysselsatta konsumenter upplevde att risken för att råka ut för arbetslöshet ökat under den senaste tiden också för deras egen del. För varannan sysselsatt framgick visserligen ingen sådan risk överhuvudtaget.

I juli uppskattade konsumenterna att den egna penningsituationen är god. Man ansåg att tidpunkten allmänt taget var gynnsam för att ta lån, med viss reservation också för att köpa kapitalvaror och spara.

### Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I juli var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn 0,7) och svagast i Östra Finland (-9,1). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de mest optimistiska (2,5). Klart mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärer (-11,9), och arbetslösa (-11,0). Mera information finns i [databastablerna](#).

### EU-resultat

Alla EU-länders (säsongrensade) forskningsresultat om ekonomiska förväntningar 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. 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. Konsumenternas penningssituation och möjligheter att spara.....	10
Figurbilaga 8. Konsumenternas avsikter att ta lån, inom 12 månader.....	10
Figurbilaga 9. Konsumenternas köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt.....	10
Figurbilaga 10. Konsumenternas avsikter att köpa, inom 12 månader.....	11

# Översikt

## Egen och Finlands ekonomi

I juli trodde 13 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Trettiosju procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. I juni var motsvarande andelar 14 och 39 procent.

I juli litade 28 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras medan 16 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I juni var motsvarande andelar 26 och 15 procent. Av konsumenterna uppskattade 27 procent att den egna ekonomin för närvarande är bättre än för ett år sedan och 19 procent ansåg att den är sämre i juli. För en månad sedan var dessa andelar 26 och 19 procent.

## Arbetslöshet och inflation

I juli litade 24 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och 30 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I juni var andelarna 26 och 28 procent.

Av de sysselsatta upplevde 48 procent i juli att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa. Av de sysselsatta antog 8 procent att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 14 procent antog att risken ökat.

I juli bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,8 procent under de följande 12 månaderna. Medelvärde för inflationsförväntningarna från januari 2018 är 2,7 procent.

## Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 67 procent i juli att det är fördelaktigt att spara. Sextioen procent av konsumenterna hade sparat i juli och 76 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I juli ansåg 65 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Av konsumenterna planerade 19 procent att ta lån inom ett år.

## Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna ansåg 33 procent i juli att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Sjutton procent av konsumenterna avsåg att öka och 32 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året.

I juli planerade 16 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil inom ett år. Tretton procent av konsumenterna planerade åter att köpa bostad. Tjugoen 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 4,0 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 juli 2019 erhöles svar från 1 050 personer, därmed var bortfallet av svar 52,3 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 avsikter<sup>1)</sup>**

	Medeltal 01/2018-	Maxvärde 01/2018-	Minvärde 01/2018-	07/2018	06/2019	07/2019	Utsikter <sup>2)</sup>
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	0,3	4,9	-4,6	2,5	-4,6	-3,9	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	6,3	8,5	3,9	8,5	4,1	4,4	--
- Bättre (%)	.	.	.	.	26,1	26,9	
- Sämre (%)	.	.	.	.	19,3	18,5	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	10,5	13,4	6,3	11,2	6,3	7,6	--
- Bättre (%)	.	.	.	.	26,3	28,1	
- Sämre (%)	.	.	.	.	15,3	15,8	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	12,4	24,9	-4,5	20,1	0,5	-4,5	--
- Bättre (%)	.	.	.	.	22,4	17,8	
- Sämre (%)	.	.	.	.	20,9	24,8	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	0,5	16,5	-14,8	7,8	-13,9	-14,8	--
- Bättre (%)	.	.	.	.	14,0	12,5	
- Sämre (%)	.	.	.	.	38,5	37,2	
B5 Inflationen nu (procent)	2,6	3,0	2,2	2,7	2,7	2,7	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,7	3,0	2,4	2,7	2,9	2,8	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	4,3	13,8	-4,0	12,2	-1,9	-3,7	--
- Mindre (%)	.	.	.	.	26,3	24,1	
- Mera (%)	.	.	.	.	28,1	29,7	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,2	4,8	-3,1	-1,0	-2,5	-3,1	--
- Minskat (%)	.	.	.	.	7,2	7,6	
- Ökat (%)	.	.	.	.	12,3	13,7	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	23,7	34,3	14,8	26,0	19,1	23,3	=
- Bra tid (%)	.	.	.	.	29,0	33,1	
- Dålig tid (%)	.	.	.	.	9,9	9,8	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	21,1	24,6	17,3	19,9	17,3	21,2	=
- Bra tid (%)	.	.	.	.	63,9	66,9	
- Dålig tid (%)	.	.	.	.	34,4	31,9	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	15,5	22,8	4,5	19,0	17,6	19,0	+
- Bra tid (%)	.	.	.	.	63,8	65,2	
- Dålig tid (%)	.	.	.	.	34,4	32,9	
D1 Konsumenternas penningssituation nu (nettotal)	28,2	31,0	24,9	28,7	26,2	30,1	++
- Sparar (%)	.	.	.	.	57,7	61,0	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	.	10,5	8,5	
D2 Konsumenternas möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	48,8	53,1	44,3	45,5	45,9	45,9	--
- Kan spara (%)	.	.	.	.	75,8	75,9	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	.	24,2	23,7	
D5 Konsumenternas avsikter att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	.	.	.	.	18,6	18,7	
- Ja, säkert (%)	.	.	.	.	5,6	5,8	

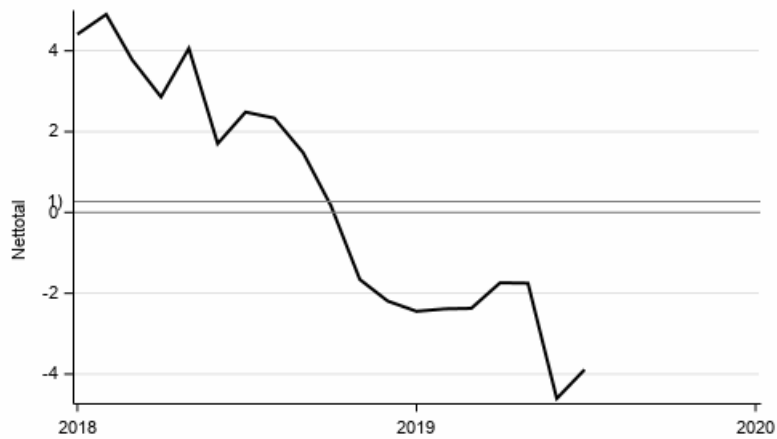
	Medeltal 01/2018-	Maxvärde 01/2018-	Minvärde 01/2018-	07/2018	06/2019	07/2019	Utsikter <sup>2)</sup>
- Eventuellt (%)	.	.	.	.	13,0	13,0	
E1 Konsumenternas köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal)	-16,2	-12,8	-21,2	-17,5	-14,9	-12,8	++
- Mera (%)	.	.	.	.	13,2	16,6	
- Mindre (%)	.	.	.	.	32,7	32,1	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av konsumenterna)	.	.	.	.	15,0	16,3	
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	.	5,4	7,5	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	.	9,7	8,7	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av konsumenterna)	.	.	.	.	13,1	12,8	
- Ja, säkert (%)	.	.	.	.	3,9	3,6	
- Eventuellt (%)	.	.	.	.	9,2	9,2	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	.	.	.	.	20,7	21,3	
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	.	7,9	6,8	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	.	12,9	14,5	

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

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

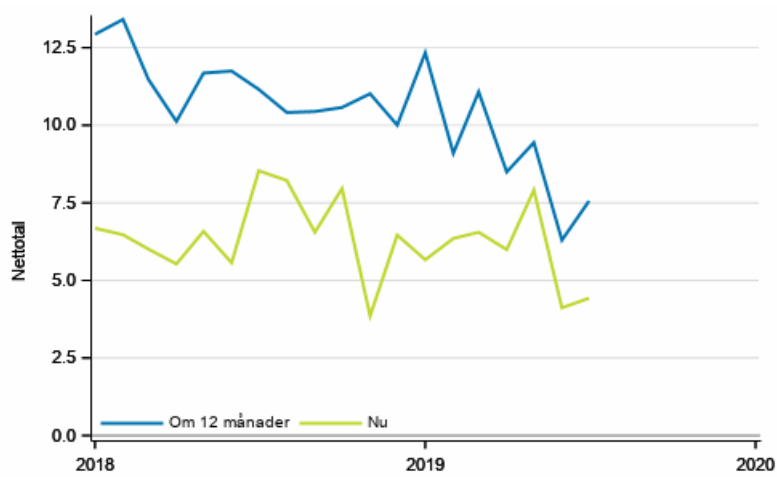
# Figurbilagor

## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

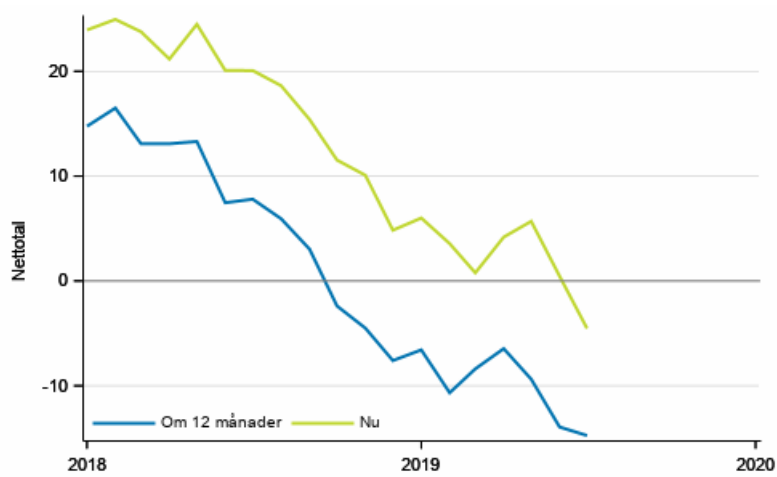


1) medeltal 01/2018 - 07/2019

## Figurbilaga 2. Egen ekonomi

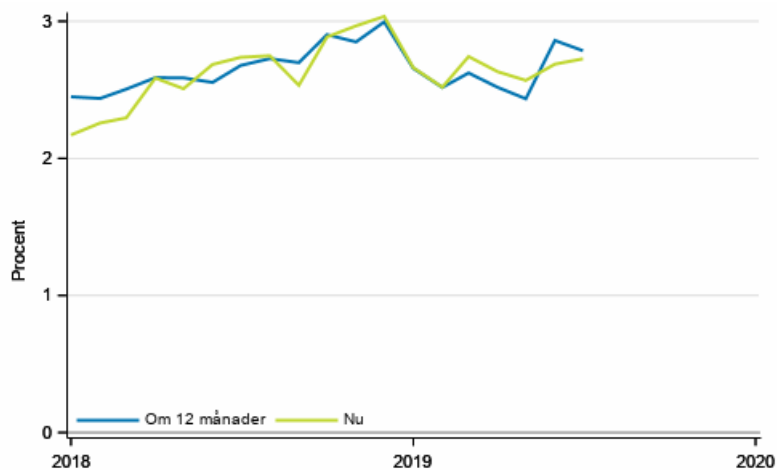


## Figurbilaga 3. Finlands ekonomi

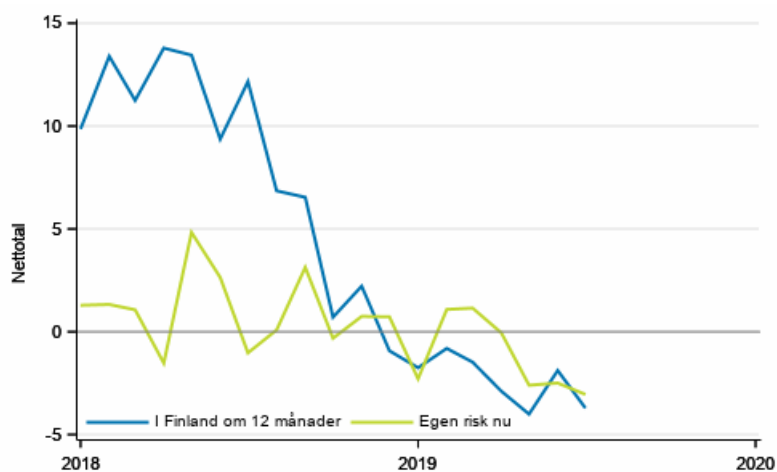




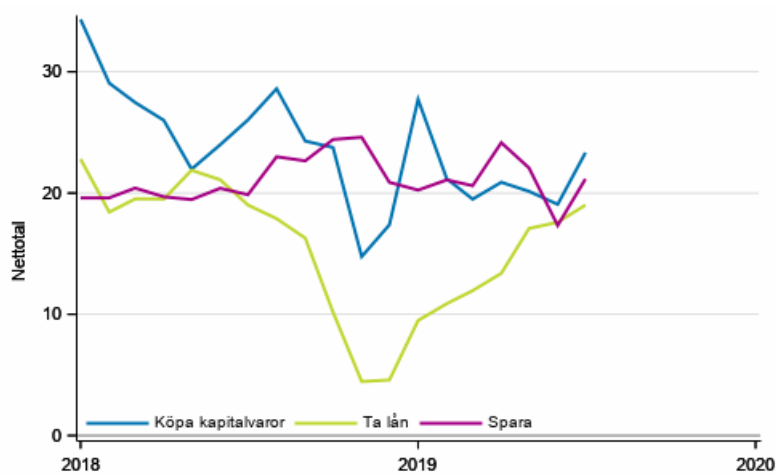
**Figurbilaga 4. Inflation**



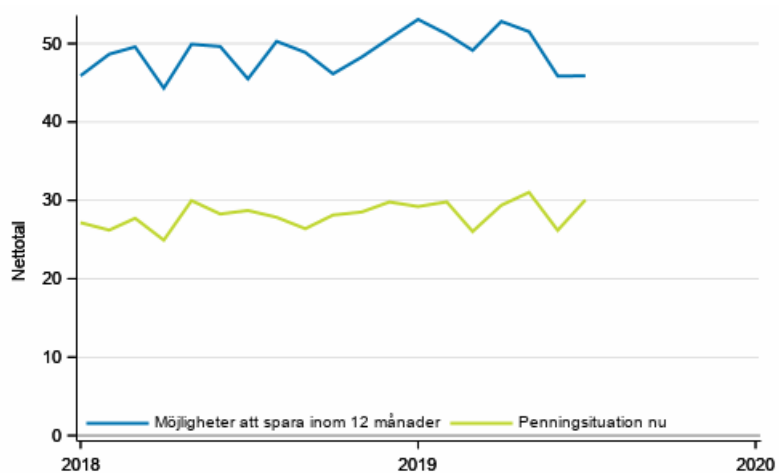
**Figurbilaga 5. Arbetslöshet**



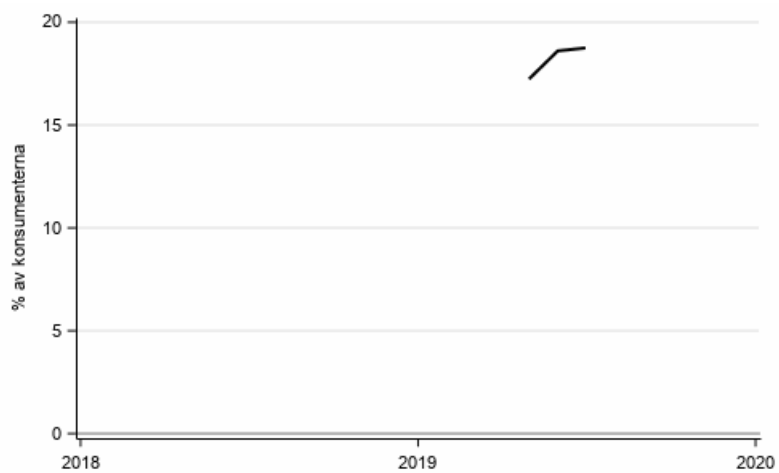
**Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att**



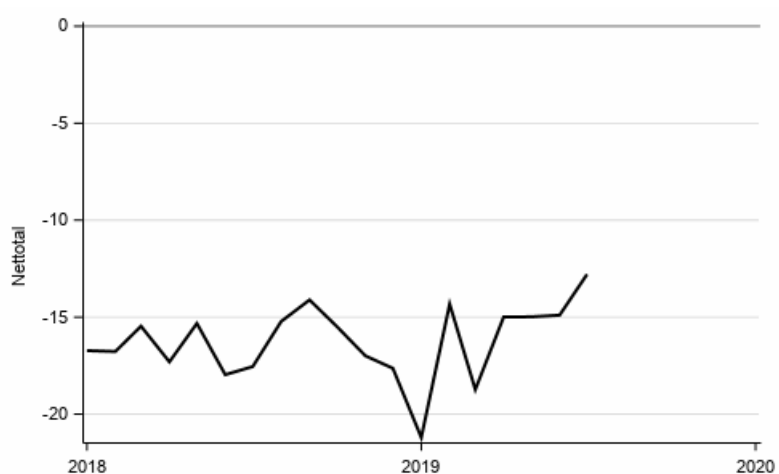
**Figurbilaga 7. Konsumenternas penningssituation och möjligheter att spara**



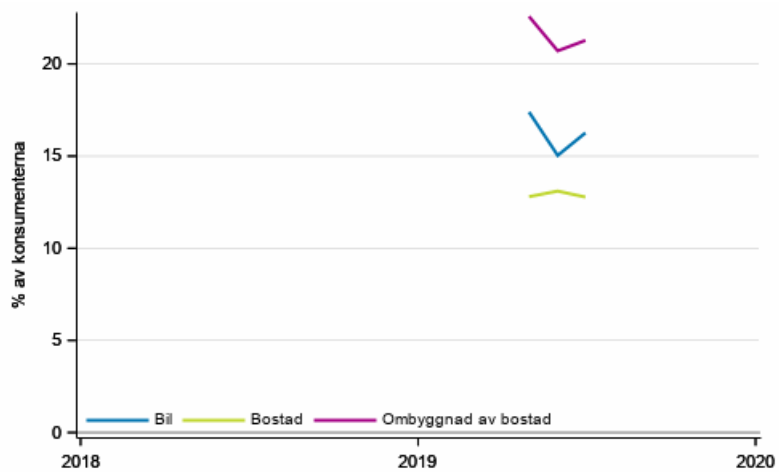
**Figurbilaga 8. Konsumenternas avsikter att ta lån, inom 12 månader**



**Figurbilaga 9. Konsumenternas köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt**



Figurbilaga 10. Konsumenternas 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](mailto:konsumenternas.fortroende@stat.fi)

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

Källa: Konsumenternas förtroende 2019, juli. Statistikcentralen