

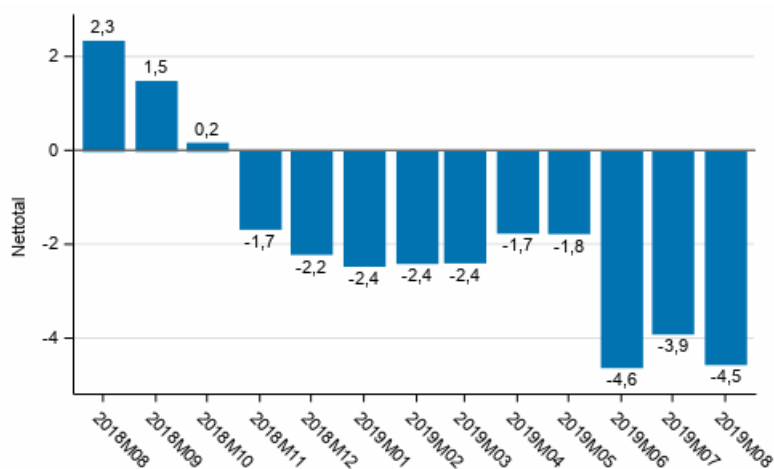
Konsumenternas förtroende

2019, augusti

Fortsatt nedstämdhet i konsumenternas förtroende

Konsumenternas förtroendeindikator var i augusti -4,5, medan den i juli var -3,9 och i juni -4,6. I augusti i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 2,3. Indikatorns medelvärde från januari 2018 är 0,0. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1-19 augusti av 1 081 personer bosatta i Finland. Undersökningsmetoderna [reviderades](#) i maj.

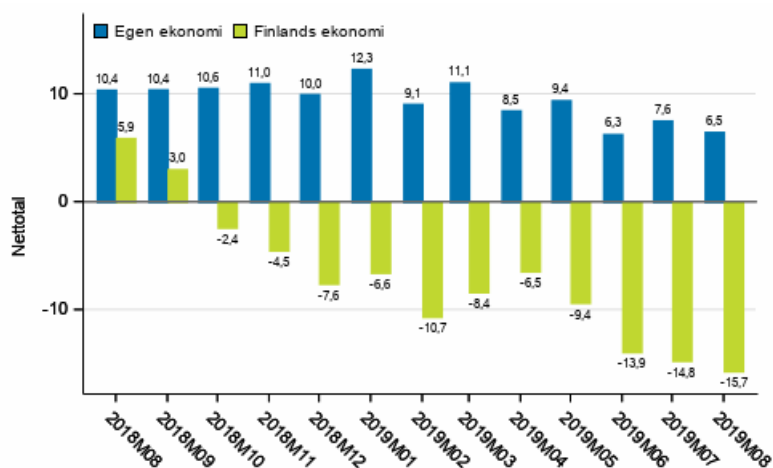
Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator var det bara synen på konsumenternas nuvarande ekonomi som förbättrades något i augusti jämfört med juli. De övriga delfaktorerna försvagades något. Förväntningarna på Finlands ekonomi var mycket pessimistiska. Samtidigt var synen på konsumenternas nuvarande och kommande ekonomiska situation svag. Planerna på att använda pengar på kapitalvaror var något fler i augusti än i genomsnitt.

Jämfört med motsvarande period i fjol visade förtroendeindikatorns delfaktorer en försvagning i augusti, med undantag av användningen av pengar. I synnerhet förväntningarna på Finlands ekonomi rasade jämfört med året innan.

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



I augusti ansåg konsumenterna att den allmänna arbetslösheten blir dystrare i framtiden. Sysselsatta konsumenter upplevde också att risken för att själva råka ut för arbetslöshet ökat under den senaste tiden. Nästan varannan sysselsatt hade dock inte alls upplevt denna risk.

I augusti bedömde konsumenterna att den egna penningsituationen var medelmåttig. Tidpunkten ansågs allmänt vara gynnsam för att ta lån, men inte för att köpa kapitalvaror och i synnerhet inte för att spara.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I augusti var förtroendet för ekonomin svagt i synnerhet i Östra Finland (förtroendeindikatorn -9,6). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de mest optimistiska (2,7). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärerna (-14,7). Förtroendet för ekonomin blir vanligtvis svagare i och med personens ålder. På motsvarande sätt ökar förtroendet i och med utbildning och inkomster. Mera information finns i [databastabellerna](#).

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. Egen penningssituation och möjligheter att spara.....	10
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader.....	10
Figurbilaga 9. Köp av kapitalvaror 12 månader framåt jämfört med 12 månader bakåt.....	10
Figurbilaga 10. Avsikter att köpa inom 12 månader.....	11

Översikt

Egen och Finlands ekonomi

I augusti trodde 12 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Trettionio procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämrar. I juli var motsvarande andelar 13 och 37 procent.

I augusti litade 26 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 15 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I juli var motsvarande andelar 28 och 16 procent. Av konsumenterna uppskattade 27 procent att den egna ekonomin för närvarande är bättre än för ett år sedan och 18 procent ansåg att den är sämre i augusti. För en månad sedan var motsvarande andelar 27 och 19 procent.

Arbetslöshet och inflation

I augusti litade 22 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och 31 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I juli var andelarna 24 och 30 procent.

Av de sysselsatta upplevde 44 procent i augusti 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 13 procent antog att risken ökat.

Konsumenterna bedömde i augusti att konsumentpriserna stiger med 2,7 procent under de följande 12 månaderna. Medelvärde för inflationsförväntningarna från januari 2018 är likaså 2,7 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 66 procent i augusti att det är fördelaktigt att spara. Av konsumenterna hade 61 procent sparat i augusti och 78 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I augusti ansåg 67 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 31 procent i augusti att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Av konsumenterna avsåg 16 procent att öka och 35 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året.

I augusti planerade 16 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil inom ett år. Femton procent av konsumenterna planerade åter att köpa bostad. Av konsumenterna planerade 22 procent 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 augusti 2019 erhöles svar från 1 081 personer. Bortfallet av svar var 50,4 procent. Bortfallet omfattar förutom dem som vägrade eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunde nå. Eventuell övertäckning (personer som dött, som bor i anstalt eller som flyttat utomlands o.dyl.) 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-	08/2018	07/2019	08/2019	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	0,0	4,9	-4,6	2,3	-3,9	-4,5	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	6,2	8,5	3,9	8,2	4,4	5,4	-
- Bättre (%)	26,9	26,9	
- Sämre (%)	18,5	17,6	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	10,3	13,4	6,3	10,4	7,6	6,5	--
- Bättre (%)	28,1	25,5	
- Sämre (%)	15,8	14,5	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	11,4	24,9	-7,2	18,6	-4,5	-7,2	--
- Bättre (%)	17,8	15,9	
- Sämre (%)	24,8	28,2	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-0,3	16,5	-15,7	5,9	-14,8	-15,7	--
- Bättre (%)	12,5	11,6	
- Sämre (%)	37,2	39,0	
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	2,8	2,7	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	3,8	13,8	-5,3	6,9	-3,7	-5,3	--
- Mindre (%)	24,1	22,1	
- Mera (%)	29,7	31,0	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	0,1	4,8	-3,1	0,1	-3,1	-2,7	--
- Minskat (%)	7,6	7,8	
- Ökat (%)	13,7	12,9	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	23,5	34,3	14,8	28,6	23,3	21,0	-
- Bra tid (%)	33,1	30,6	
- Dålig tid (%)	9,8	9,6	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	21,0	24,6	17,3	23,0	21,2	19,0	--
- Bra tid (%)	66,9	65,9	
- Dålig tid (%)	31,9	32,2	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	15,8	22,8	4,5	17,9	19,0	21,2	+
- Bra tid (%)	65,2	66,9	
- Dålig tid (%)	32,9	31,8	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	28,2	31,0	24,9	27,8	30,1	28,0	=
- Sparar (%)	61,0	61,2	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	8,5	11,1	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	48,8	53,1	44,3	50,3	45,9	49,5	+
- Kan spara (%)	75,9	78,2	
- Kan inte spara (%)	23,7	21,6	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	18,7	19,1	
- Ja, säkert (%)	5,8	5,8	

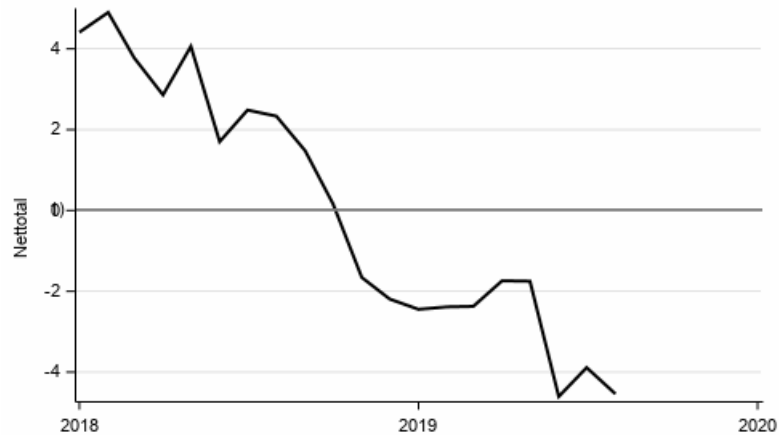
	Medeltal 01/2018-	Maxvärde 01/2018-	Minvärde 01/2018-	08/2018	07/2019	08/2019	Utsikter ²⁾
- Eventuellt (%)	13,0	13,3	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (netttotal)	-16,1	-12,8	-21,2	-15,2	-12,8	-14,4	+
- Mera (%)	16,6	16,2	
- Mindre (%)	32,1	34,7	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	16,3	16,2	
- Mycket sannolikt (%)	7,5	5,8	
- Ganska sannolikt (%)	8,7	10,4	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,8	14,8	
- Ja, säkert (%)	3,6	4,0	
- Eventuellt (%)	9,2	10,8	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsbyggnad (% av konsumenterna)	21,3	21,5	
- Mycket sannolikt (%)	6,8	8,3	
- Ganska sannolikt (%)	14,5	13,2	

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

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

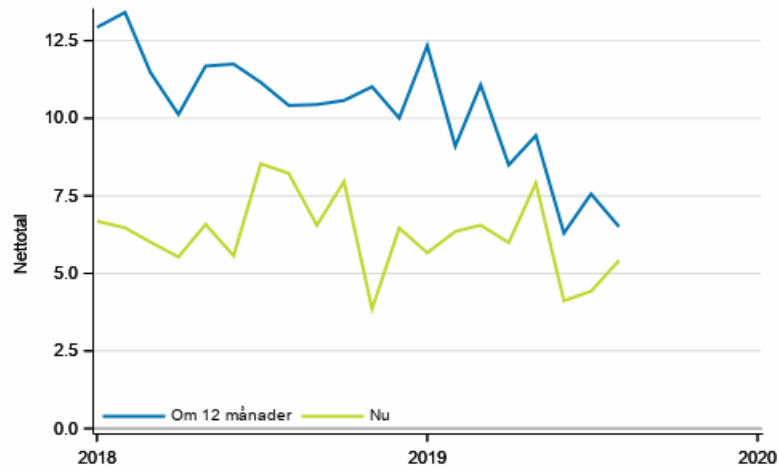
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

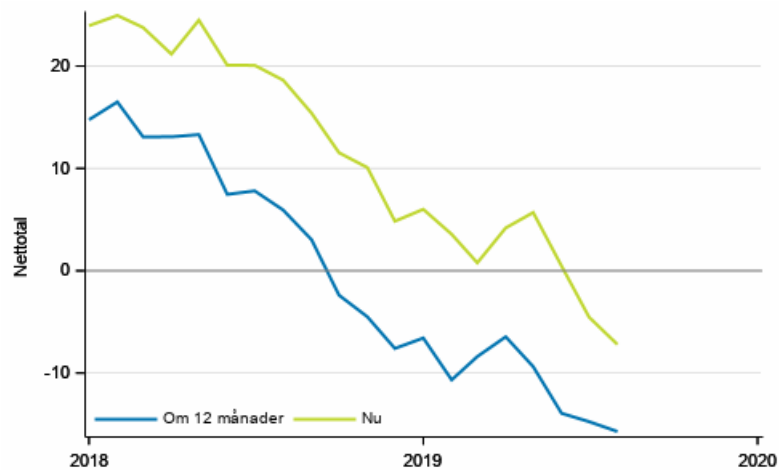


1) medeltal 01/2018 - 08/2019

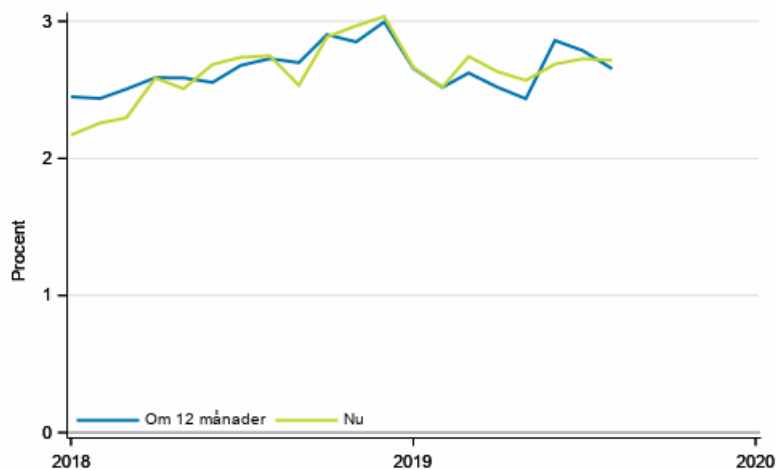
Figurbilaga 2. Egen ekonomi



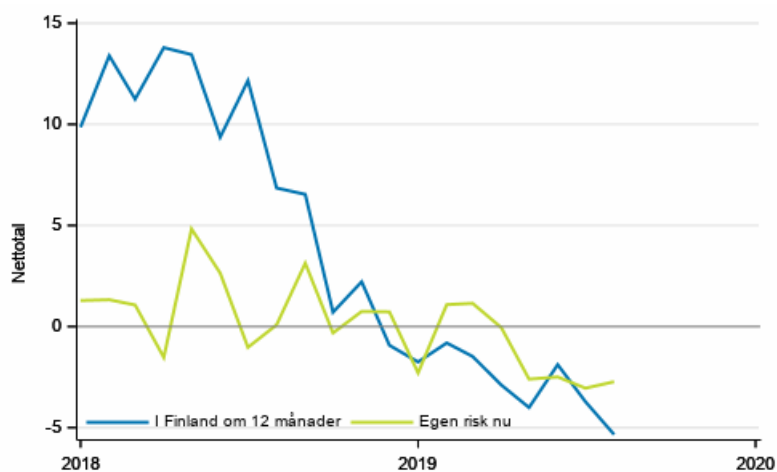
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



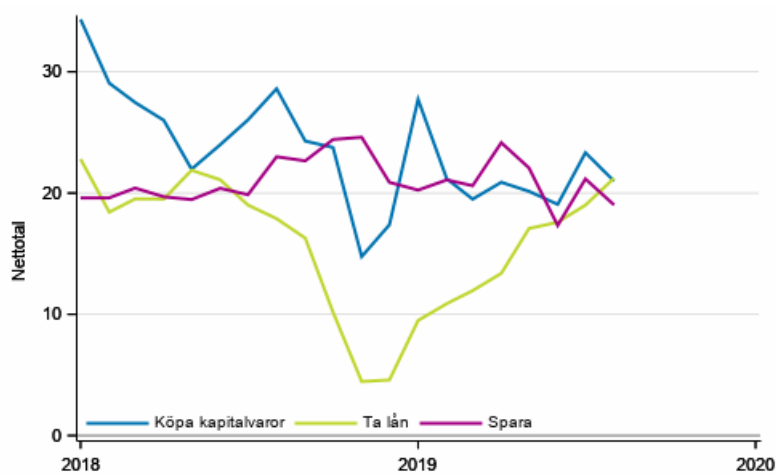
Figurbilaga 4. Inflation



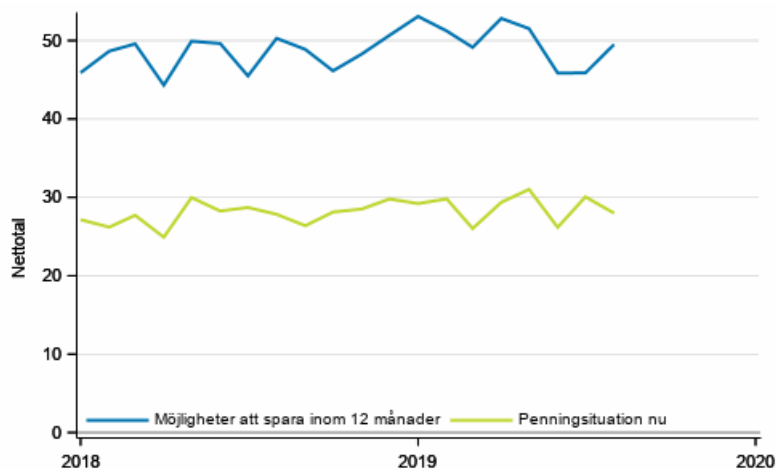
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



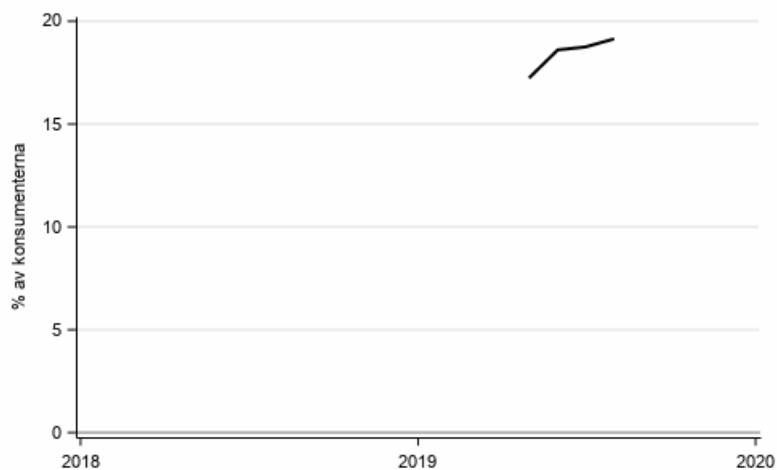
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



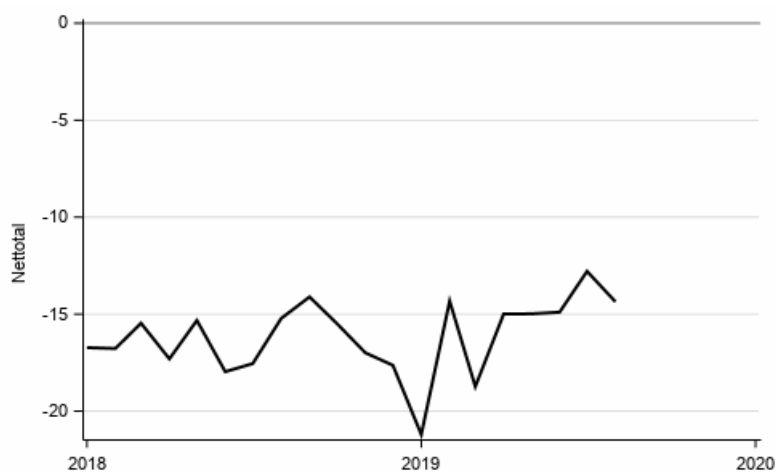
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



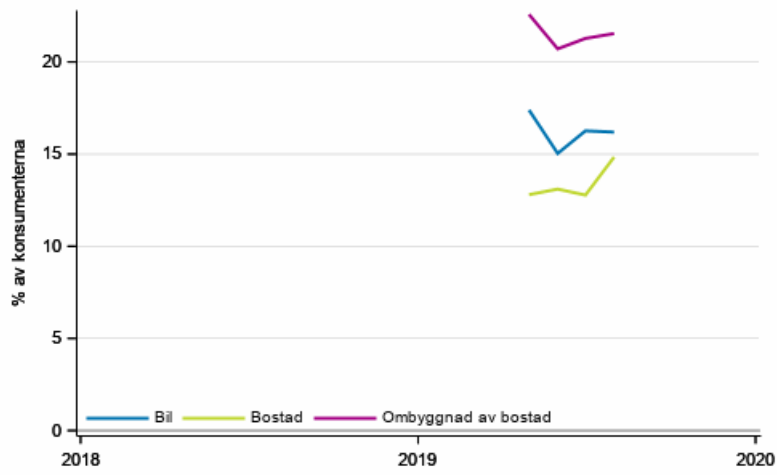
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



Figurbilaga 9. Köp av kapitalvaror 12 månader framåt jämfört med 12 månader bakåt



Figurbilaga 10. 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, augusti. Statistikcentralen