

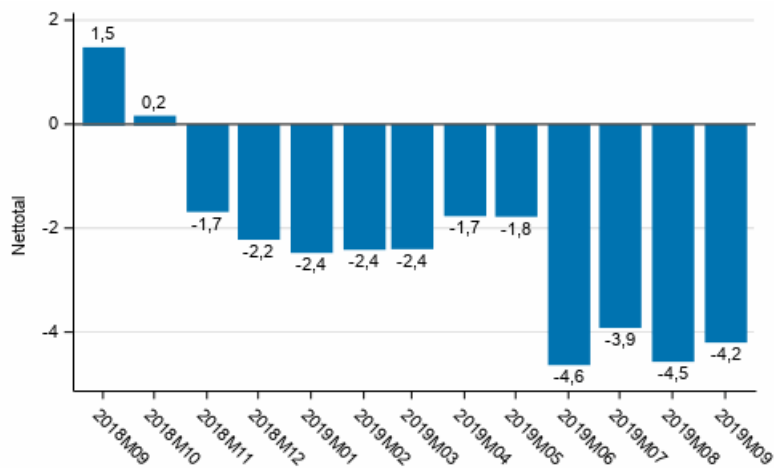
Konsumenternas förtroende

2019, september

Konsumenternas syn på den ekonomiska tillväxten och arbetslösheten allt mer dyster

Konsumenternas förtroende för ekonomin var i september i stort sett oförändrat. Konsumenternas förtroendeindikator var i september $-4,2$, då den i augusti var $-4,5$ och i juli $-3,9$. I september i fjol fick förtroendeindikatorn värdet $1,5$. Indikatorns medelvärde från januari 2018 är $-0,2$. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–18 september av 1 012 personer bosatta i Finland. Undersökningsmetoderna [reviderades](#) i maj.

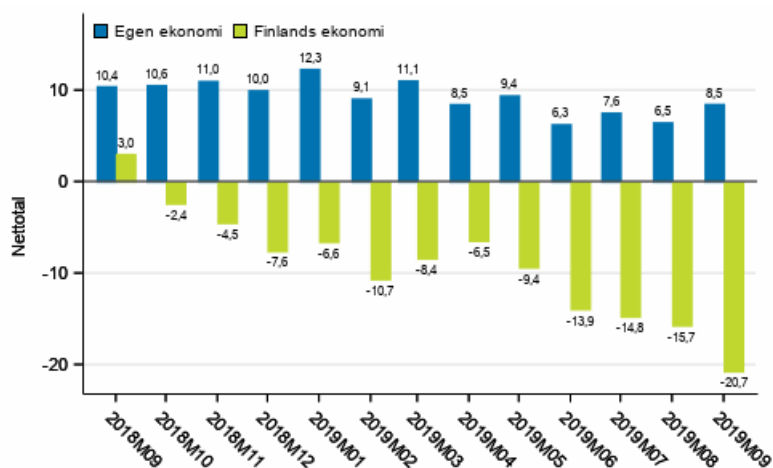
Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator blev förväntningen på utvecklingen av Finlands ekonomi allt mer dyster i september. Däremot förbättrades konsumenternas syn på den egna ekonomin, både den nuvarande och den kommande situationen, jämfört med augusti. Förväntningen var dock fortfarande på en lam nivå. I september ökade konsumenternas planer på att använda pengar för kapitalvarukonsumtion något. Konsumenterna hade också fler planer än i genomsnitt.

Jämfört med motsvarande period i fjol försvagades i september förväntningarna både på den egna och på Finlands ekonomi. Bilden av Finlands ekonomi formligen rasade på ett år. Övriga delfaktorer förstärktes något.

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



I september ansåg konsumenterna allt tydligare att arbetslöshetssituationen i Finland kommer att försvagas i fortsättningen. Dessutom upplevde sysselsatta konsumenter att risken för att råka ut för arbetslöshet ökat betydligt under den senaste tiden också för deras egen del. För nästan hälften av de sysselsatta har dock ingen sådan risk visat sig.

I september uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen är god. Konsumenterna ansåg att tidpunkten allmänt taget var mycket god för att ta lån, men inte för att köpa kapitalvaror och i synnerhet inte för att spara.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I september var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn $-1,3$) och i Norra Finland ($-1,3$) och svagast i Västra Finland ($-6,8$). Av befolkningsgrupperna var studerandena de mest optimistiska ($6,7$). Mest pessimistiska i september när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärer ($-15,4$), och arbetslösa ($-12,2$). Förtroendet för ekonomin minskar vanligen med personens ålder. På motsvarande sätt ökar förtroendet i takt med utbildning och inkomster. Närmare information om [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. 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 september trodde 10 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Fyrtiosju procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. I augusti var motsvarande andelar 12 och 39 procent.

I september litade 27 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 13 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I augusti var motsvarande andelar 26 och 15 procent. Av konsumenterna uppskattade 28 procent att den egna ekonomin för närvarande är bättre än för ett år sedan och 15 procent ansåg att den är sämre i september. För en månad sedan var dessa andelar 27 och 18 procent.

Arbetslöshet och inflation

I september litade 18 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och 38 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I augusti var andelarna 22 och 31 procent.

Av de sysselsatta upplevde 47 procent i september att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa. Av de sysselsatta antog 6 procent att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 16 procent antog att risken ökat.

I september uppskattade konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,5 procent under de följande 12 månaderna. Medelvärde för inflationsförväntningarna från januari 2018 är 2,6 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 61 procent i september att det är fördelaktigt att spara. En månad innan var andelen 66 procent. Av konsumenterna hade 63 procent sparat i september och 79 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I september ansåg 70 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. I augusti var andelen 67 procent. I september funderade 19 procent av konsumenterna på att ta lån inom ett år.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna ansåg 28 procent i september att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. I augusti var motsvarande andel 31 procent. Femton procent av konsumenterna avsåg i september att öka och 31 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året.

I september planerade 14 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil inom ett år. Fler än vanligt planerade att köpa bostad, dvs. 16 procent av konsumenterna. 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 webblantern 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 cirka 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 september 2019 erhöles svar från 1 012 personer. Bortfallet av svar var 53,6 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-	09/2018	08/2019	09/2019	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-0,2	4,9	-4,6	1,5	-4,5	-4,2	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	6,3	8,5	3,9	6,6	5,4	8,1	++
- Bättre (%)	26,9	28,3	
- Sämre (%)	17,6	14,6	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	10,2	13,4	6,3	10,4	6,5	8,5	-
- Bättre (%)	25,5	27,1	
- Sämre (%)	14,5	13,4	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	10,1	24,9	-14,9	15,4	-7,2	-14,9	--
- Bättre (%)	15,9	11,4	
- Sämre (%)	28,2	37,8	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-1,2	16,5	-20,7	3,0	-15,7	-20,7	--
- Bättre (%)	11,6	9,6	
- Sämre (%)	39,0	46,7	
B5 Inflationen nu (procent)	2,6	3,0	2,2	2,5	2,7	2,6	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,6	3,0	2,4	2,7	2,7	2,5	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	3,1	13,8	-12,2	6,5	-5,3	-12,2	--
- Mindre (%)	22,1	18,0	
- Mera (%)	31,0	38,4	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,2	4,8	-6,2	3,1	-2,7	-6,2	--
- Minskat (%)	7,8	6,4	
- Ökat (%)	12,9	15,8	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	23,2	34,3	14,8	24,3	21,0	17,8	--
- Bra tid (%)	30,6	27,8	
- Dålig tid (%)	9,6	10,0	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	20,7	24,6	13,4	22,7	19,0	13,4	--
- Bra tid (%)	65,9	60,7	
- Dålig tid (%)	32,2	37,9	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,3	25,1	4,5	16,3	21,2	25,1	++
- Bra tid (%)	66,9	69,5	
- Dålig tid (%)	31,8	29,3	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	28,2	31,0	24,9	26,4	28,0	29,6	+
- Sparar (%)	61,2	63,0	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	11,1	9,9	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	48,9	53,1	44,3	48,9	49,5	51,2	+
- Kan spara (%)	78,2	78,6	
- Kan inte spara (%)	21,6	21,0	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	19,1	19,2	
- Ja, säkert (%)	5,8	5,1	

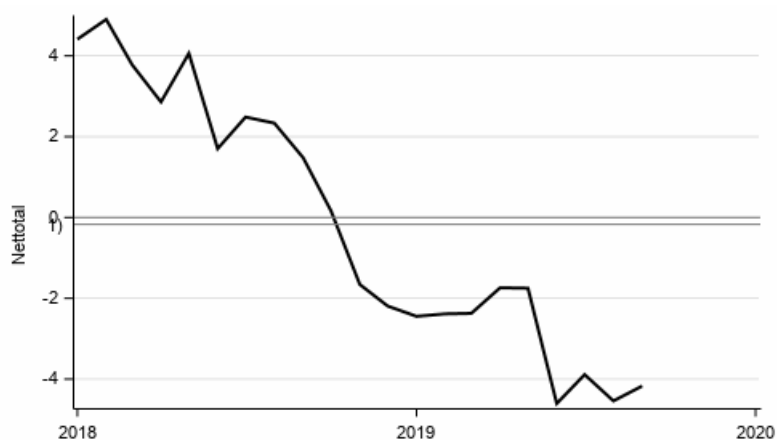
	Medeltal 01/2018-	Maxvärde 01/2018-	Minvärde 01/2018-	09/2018	08/2019	09/2019	Utsikter ²⁾
- Eventuellt (%)	13,3	14,1	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal)	-16,0	-12,6	-21,2	-14,1	-14,4	-12,6	++
- Mera (%)	16,2	15,5	
- Mindre (%)	34,7	31,1	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	16,2	13,9	
- Mycket sannolikt (%)	5,8	4,8	
- Ganska sannolikt (%)	10,4	9,2	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	14,8	16,5	
- Ja, säkert (%)	4,0	4,7	
- Eventuellt (%)	10,8	11,8	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsbyggnad (% av konsumenterna)	21,5	20,8	
- Mycket sannolikt (%)	8,3	7,6	
- Ganska sannolikt (%)	13,2	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.

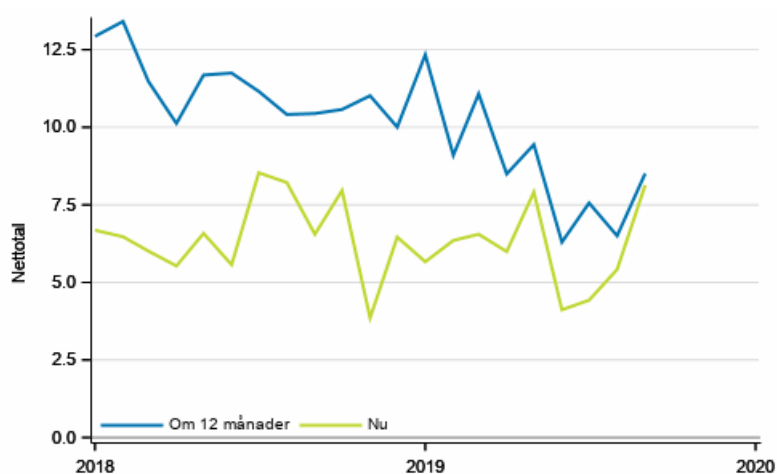
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

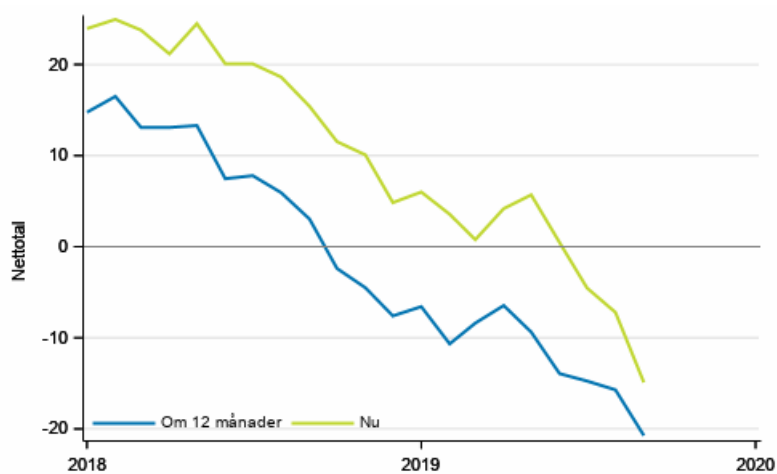


1) medeltal 01/2018 - 09/2019

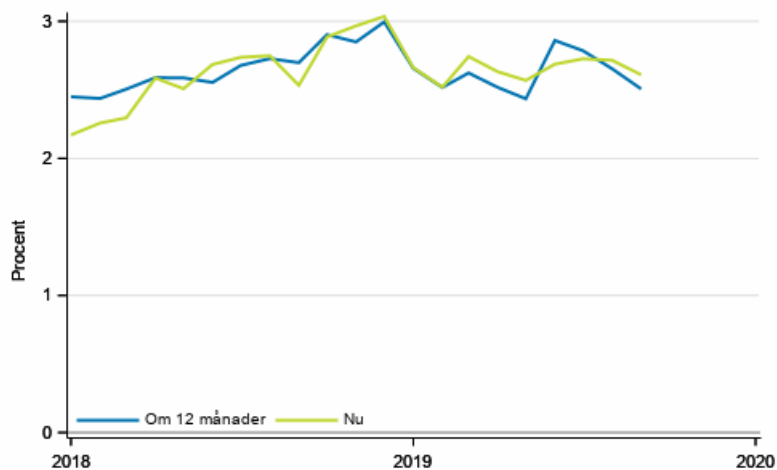
Figurbilaga 2. Egen ekonomi



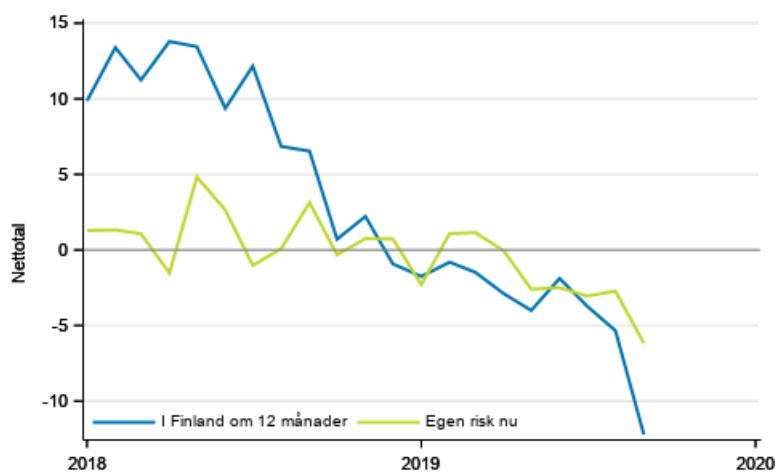
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



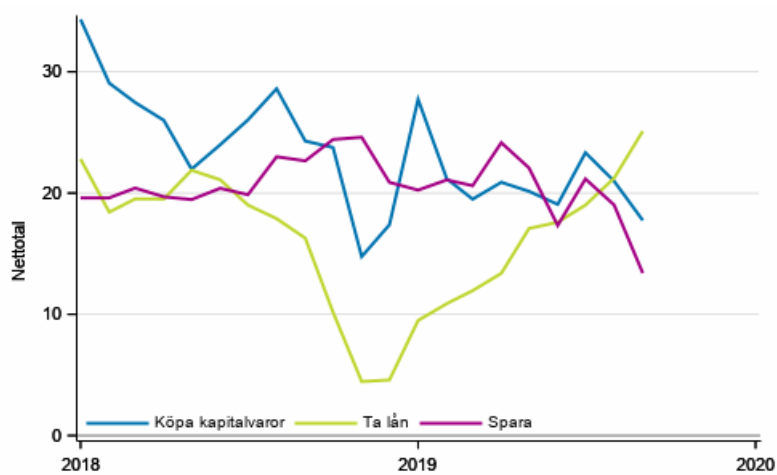
Figurbilaga 4. Inflation



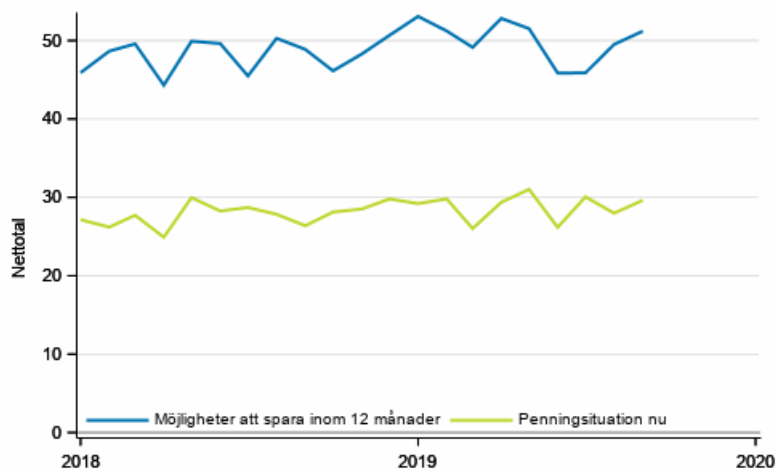
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



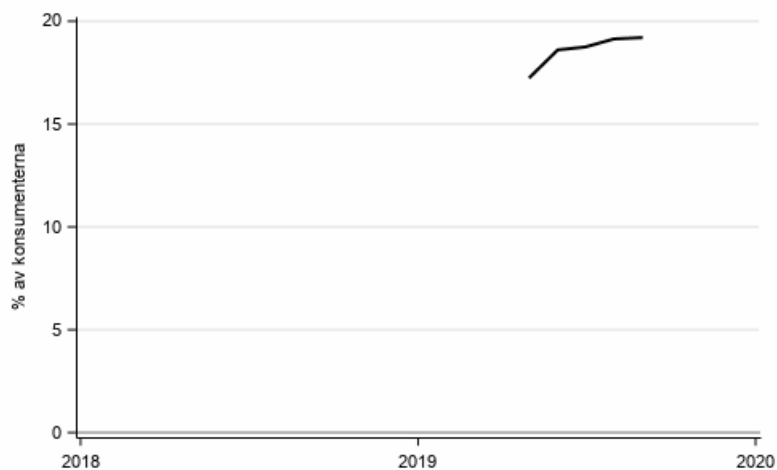
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



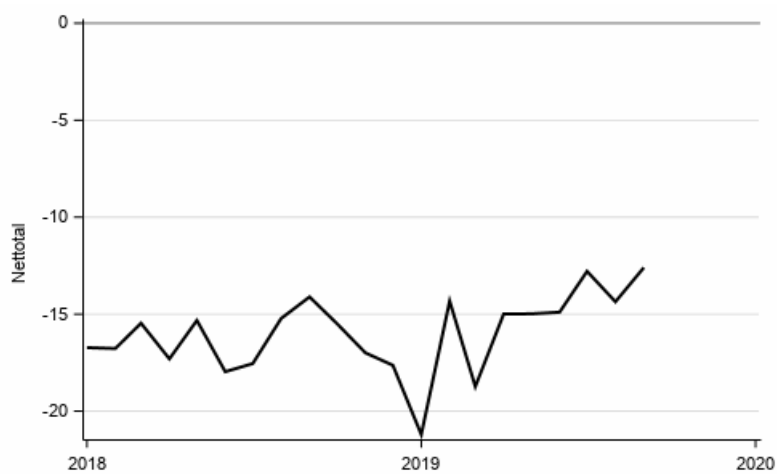
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



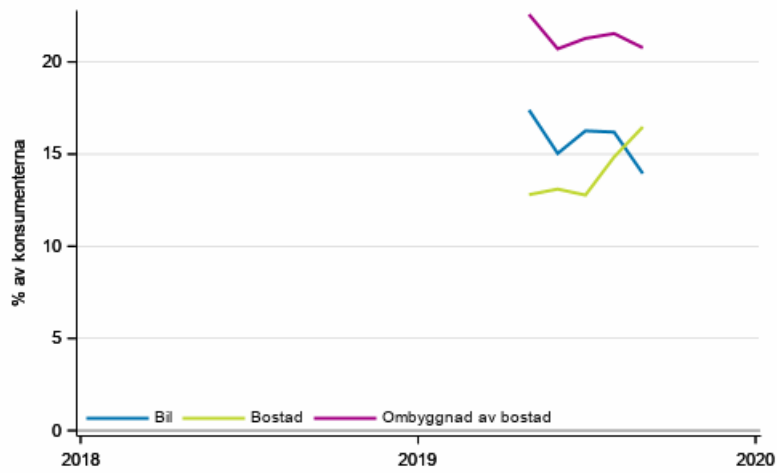
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



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, september. Statistikcentralen