

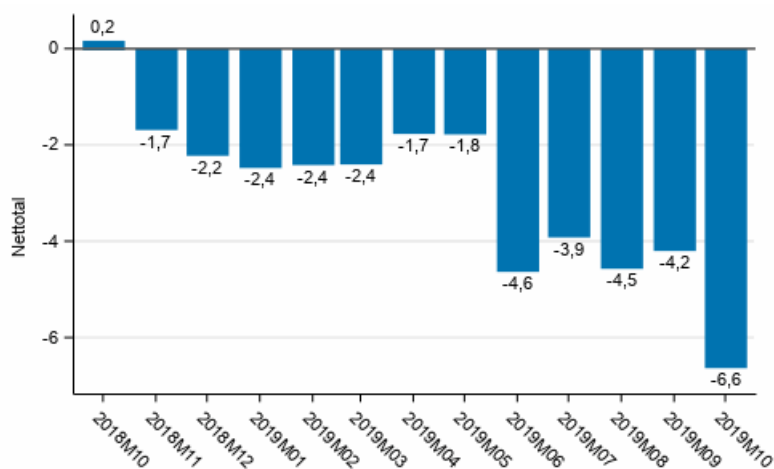
Konsumenternas förtroende

2019, oktober

Konsumenternas förtroende försvagades i oktober

Konsumenternas förtroendeindikator var i oktober -6,6, då den i september var -4,2 och i augusti -4,5. I oktober i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 0,2. Indikatorns medelvärde från januari 2018 är -0,5. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–20 oktober av 1 008 personer bosatta i Finland. Undersökningsmetoderna [reviderades](#) i maj.

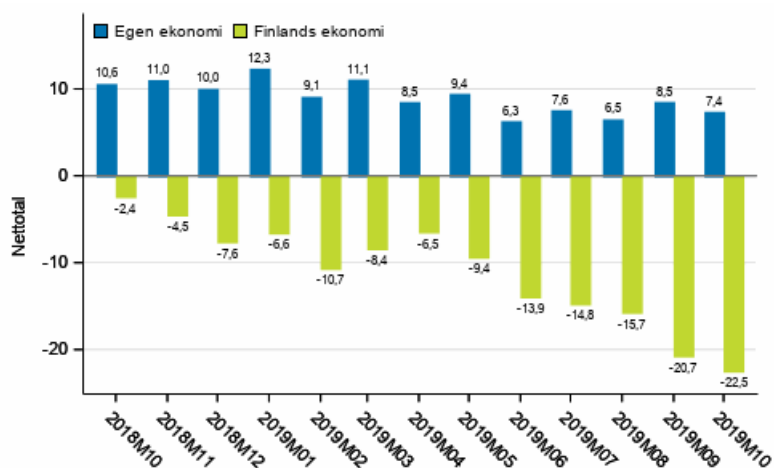
Konsumenternas förtroendeindikator



Alla de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator försvagades i oktober jämfört med september och året innan. Förväntningarna på den ekonomiska utvecklingen i Finland rasade från året innan och var dystra i oktober. Synen på konsumenternas nuvarande ekonomi och på konsumenternas ekonomi under den närmaste framtiden var försiktig. Också planerna på att använda pengar har minskat till genomsnittlig nivå.

I oktober förutspådde konsumenterna kraftigt att också arbetslöshetsläget i Finland försämras i fortsättningen. Dessutom upplevde sysselsatta konsumenter att risken för att själva råka ut för arbetslöshet har ökat betydligt den senaste tiden. Å andra sidan hade varannan sysselsatt dock inte alls upplevt denna risk.

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



I oktober uppskattade konsumenterna att den egna ekonomin fortsättningsvis är god. Tidpunkten ansågs allmänt vara gynnsam för att ta lån, men inte för att köpa kapitalvaror och för att spara.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I oktober var förtroendet för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn -3,2) och i Norra Finland (-3,8) och svagast i Västra och Östra Finland (-9,3). Av befolkningsgrupperna var studerande (-0,5) och lägre tjänstemän (-0,6) de mest optimistiska. I oktober var pensionärer (-16,6), och arbetslösa (-14,8) mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen.

Förtroendet för ekonomin blir i regel svagare i och med personens ålder. På motsvarande sätt ökar förtroendet vanligtvis i och med utbildning och inkomster. Män är benägna att ha högre förtroende för ekonomin än kvinnor. Mer information finns i statistikens [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 oktober trodde 10 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 48 procent för sin del att landets ekonomi försämras. I september var motsvarande andelar 10 och 47 procent.

I oktober litade 26 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 14 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I september var motsvarande andelar 27 och 13 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 oktober. För en månad sedan var motsvarande andelar 28 och 15 procent.

Arbetslöshet och inflation

I oktober litade 19 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under följande år och t.o.m. 40 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I september var andelarna 18 och 38 procent.

Av de sysselsatta upplevde 48 procent i oktober att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa. Av de sysselsatta antog 7 procent att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 18 procent antog att risken ökat.

I oktober uppskattade konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,7 procent under de följande 12 månaderna. Inflationsförväntningarna var i september 2,5 procent. Medelvärdet för inflationsförväntningarna från januari 2018 är 2,6 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 61 procent i oktober att det är fördelaktigt att spara. Av konsumenterna hade 62 procent sparat och 76 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I oktober ansåg 65 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. För en månad sedan var andelen 70 procent. I oktober funderade 20 procent av konsumenterna på att ta lån inom ett år.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna ansåg 28 procent i oktober att tidpunkten var god för att köpa kapitalvaror. Av konsumenterna avsåg 13 procent att öka och 34 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året. I september var motsvarande andelar 15 och 31 procent.

I oktober planerade fler än vanligt, dvs. 18 procent av konsumenterna, att säkert eller eventuellt köpa bil inom ett år. Sexton procent av konsumenterna planerade åter att köpa bostad. Av konsumenterna planerade 20 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 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 oktober 2019 erhöles svar från 1 008 personer. Bortfallet av svar var 53,5 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-	10/2018	09/2019	10/2019	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-0,5	4,9	-6,6	0,2	-4,2	-6,6	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	6,3	8,5	3,9	8,0	8,1	5,2	-
- Bättre (%)	28,3	26,6	
- Sämre (%)	14,6	18,0	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	10,1	13,4	6,3	10,6	8,5	7,4	--
- Bättre (%)	27,1	26,4	
- Sämre (%)	13,4	14,4	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	9,0	24,9	-15,9	11,5	-14,9	-15,9	--
- Bättre (%)	11,4	9,2	
- Sämre (%)	37,8	37,4	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-2,2	16,5	-22,5	-2,4	-20,7	-22,5	--
- Bättre (%)	9,6	9,9	
- Sämre (%)	46,7	48,1	
B5 Inflationen nu (procent)	2,6	3,0	2,2	2,9	2,6	2,6	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,6	3,0	2,4	2,9	2,5	2,7	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	2,4	13,8	-12,2	0,7	-12,2	-11,8	--
- Mindre (%)	18,0	19,5	
- Mera (%)	38,4	39,9	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,5	4,8	-6,4	-0,3	-6,2	-6,4	--
- Minskat (%)	6,4	6,8	
- Ökat (%)	15,8	17,9	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	22,9	34,3	14,8	23,8	17,8	16,5	--
- Bra tid (%)	27,8	28,3	
- Dålig tid (%)	10,0	11,9	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	20,4	24,6	13,4	24,4	13,4	14,5	--
- Bra tid (%)	60,7	61,0	
- Dålig tid (%)	37,9	36,3	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,4	25,1	4,5	10,2	25,1	18,7	+
- Bra tid (%)	69,5	64,6	
- Dålig tid (%)	29,3	33,4	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	28,3	31,0	24,9	28,1	29,6	29,4	+
- Sparar (%)	63,0	61,9	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	9,9	10,1	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	48,9	53,1	44,3	46,1	51,2	47,7	-
- Kan spara (%)	78,6	76,2	
- Kan inte spara (%)	21,0	23,6	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	19,2	20,2	
- Ja, säkert (%)	5,1	6,3	

	Medeltal 01/2018-	Maxvärde 01/2018-	Minvärde 01/2018-	10/2018	09/2019	10/2019	Utsikter ²⁾
- Eventuellt (%)	14,1	13,9	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (netttotal)	-16,0	-12,6	-21,2	-15,5	-12,6	-16,5	-
- Mera (%)	15,5	12,6	
- Mindre (%)	31,1	34,0	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	13,9	17,9	
- Mycket sannolikt (%)	4,8	6,5	
- Ganska sannolikt (%)	9,2	11,4	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	16,5	15,6	
- Ja, säkert (%)	4,7	5,4	
- Eventuellt (%)	11,8	10,2	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsbyggnad (% av konsumenterna)	20,8	19,7	
- Mycket sannolikt (%)	7,6	7,5	
- Ganska sannolikt (%)	13,2	12,2	

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.

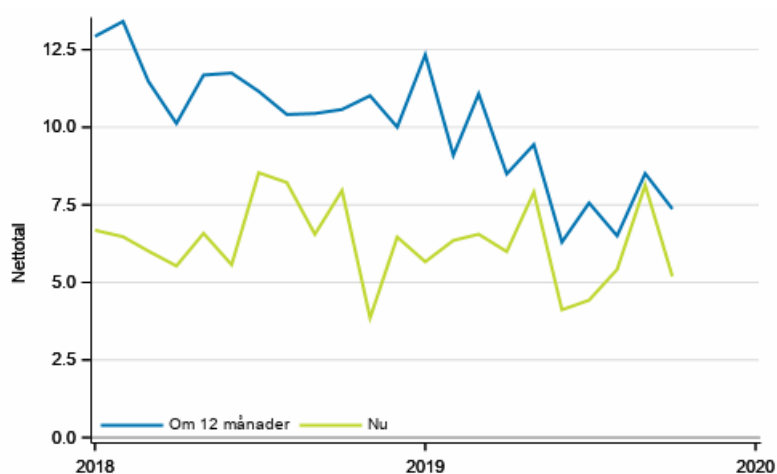
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

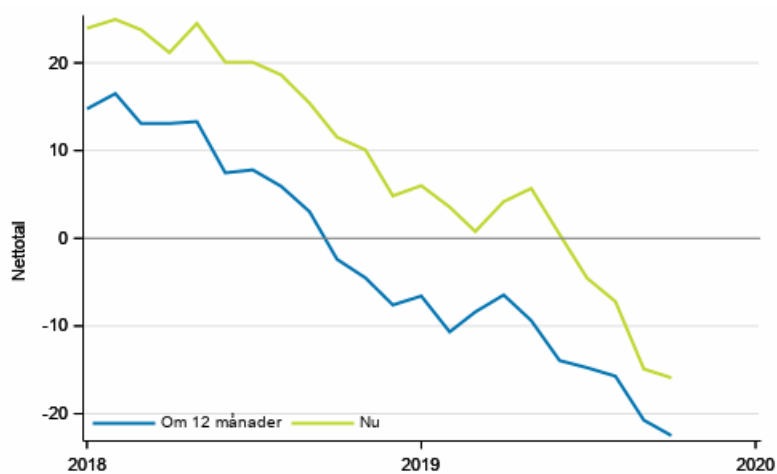


1) medeltal 01/2018 - 10/2019

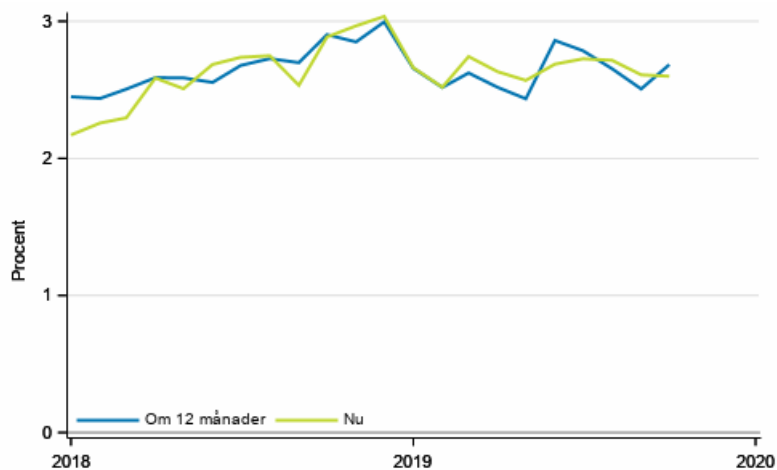
Figurbilaga 2. Egen ekonomi



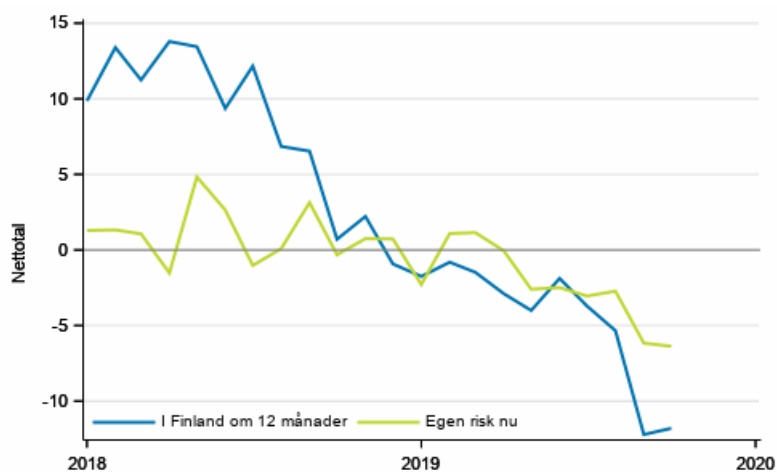
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



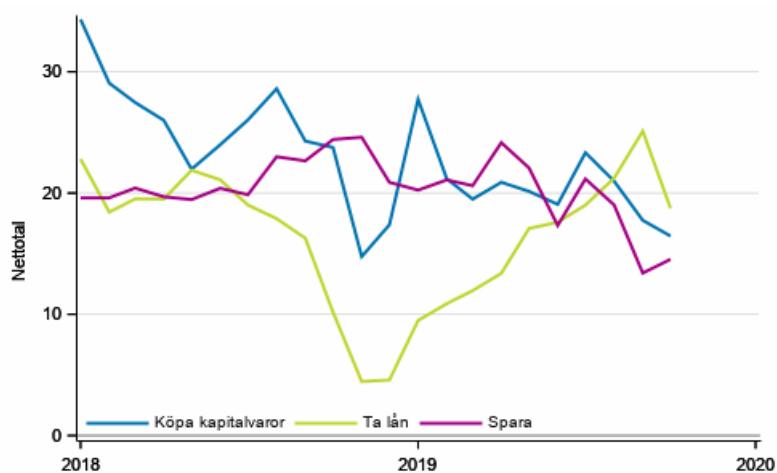
Figurbilaga 4. Inflation



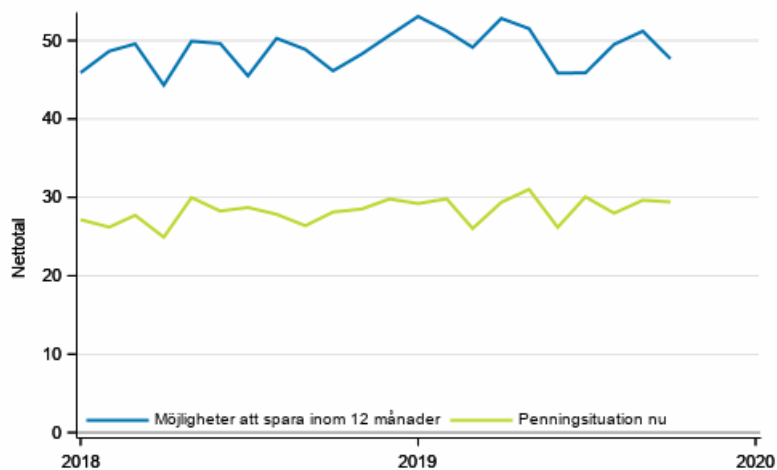
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



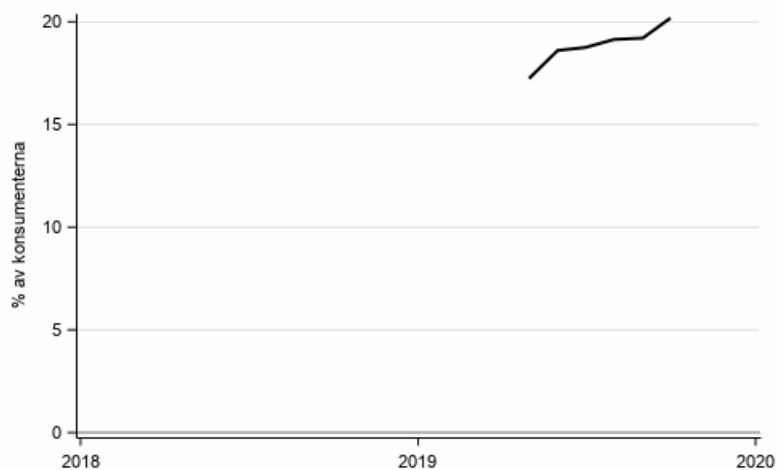
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



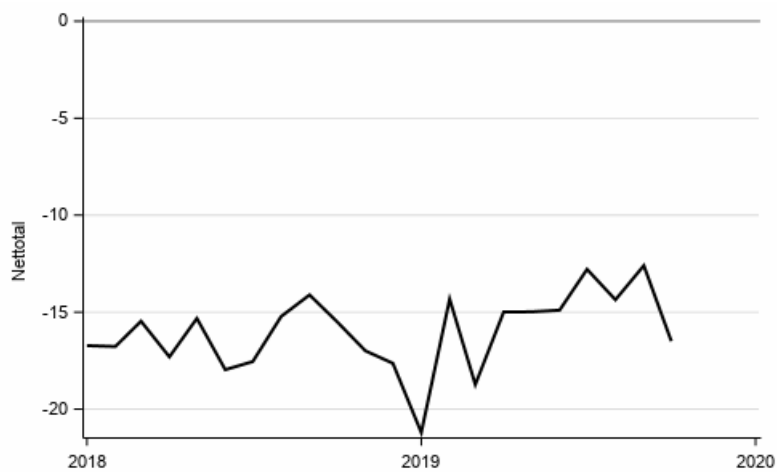
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



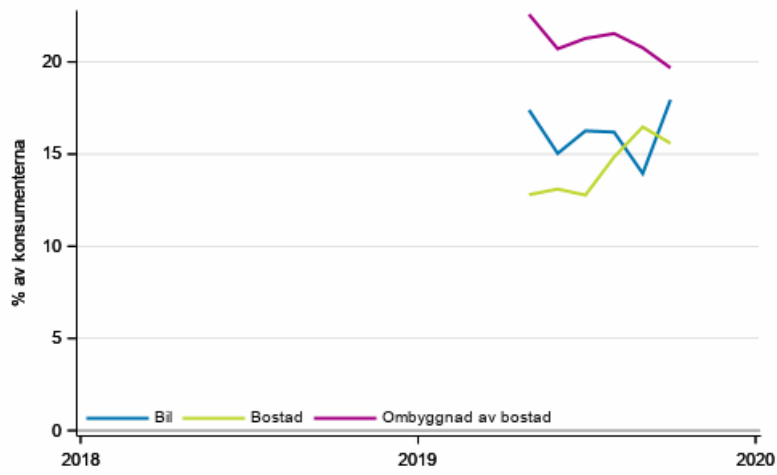
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



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, oktober. Statistikcentralen