

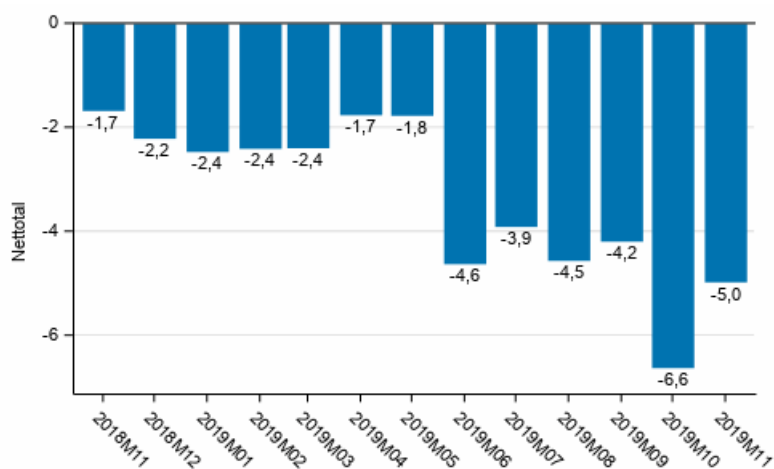
Konsumenternas förtroende

2019, november

Konsumenternas förtroende ökade något på en månad

Konsumenternas förtroendeindikator var i november -5,0, då den i oktober var -6,6 och i september -4,2. I november i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -1,7. Indikatorns medelvärde från januari 2018 är -0,7. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–19 november av 1 134 personer bosatta i Finland. Undersökningsmetoderna [reviderades](#) i maj.

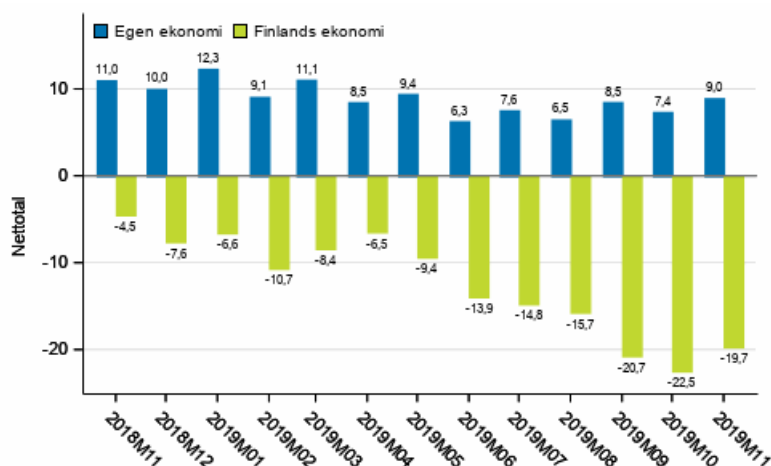
Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades förväntningarna något på konsumenternas egna och på Finlands ekonomi i november jämfört med oktober. Synen på den egna ekonomiska situationen just nu var ungefär oförändrad. I november hade konsumenterna något fler planer på att använda pengar på kapitalvaror än månaden innan. Med undantag av planerna på att använda pengar var delfaktorerna i november fortfarande på en svag nivå i november, i synnerhet synen på Finlands ekonomiska utveckling.

I november förbättrades konsumenternas syn på den egna ekonomin något vid tidpunkten för enkäten och planerna på att använda pengar ökade samtidigt jämfört med motsvarande period i fjol. Däremot försvagades förväntningarna på den egna ekonomin och särskilt på Finlands ekonomi från året innan.

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



I november förutspådde konsumenterna med allt större tyngd att arbetslöshetssituationen i Finland blir dystrare i fortsättningen. Dessutom upplevde sysselsatta konsumenter att risken för att råka ut för arbetslöshet ökat betydligt under den senaste tiden för deras egen del. Visserligen har det inte framgått någon sådan risk överhuvudtaget för varannan sysselsatt.

I november uppskattade konsumenterna att den egna penningsituationen är på en medelnivå. Konsumenterna ansåg att tidpunkten allmänt taget var gynnsam för att ta lån, men inte för att köpa kapitalvaror eller för att spara.

Konsumenternas förtroende efter storumråde och befolkningsgrupp

I november var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn -0,3) och svagast i Östra Finland (-10,7). Av befolkningsgrupperna var lägre tjänstemän (1,1) och högre tjänstemän (0,7) de mest optimistiska i november. De klart mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärerna (-17,6).

Förtroendet för ekonomin minskar vanligen med personens ålder, och i takt med inkomster ökar tron på ekonomin vanligen på motsvarande sätt. Män tenderar att ha större förtroende för ekonomin än kvinnor. 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 november trodde bara 10 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Fyrtiofyra procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämrats. I oktober var motsvarande andelar 10 och 48 procent.

I november litade 28 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 13 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I oktober var motsvarande andelar 26 och 14 procent. Av konsumenterna uppskattade 26 procent att den egna ekonomin för närvarande är bättre än för ett år sedan och 18 procent ansåg att den är sämre i november. För en månad sedan var dessa andelar 27 och 18 procent.

Arbetslöshet och inflation

I november litade bara 16 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten minskar under det följande året och 39 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I oktober var andelarna 19 och 40 procent.

Av de sysselsatta upplevde 46 procent i november 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 15 procent antog att risken ökat.

I november bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,4 procent under de följande 12 månaderna. Inflationförväntningarna var i ännu i oktober 2,7 procent och dess medelvärde fr.o.m. januari 2018 är 2,6 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 62 procent i november att det är fördelaktigt att spara. Sextio procent av konsumenterna hade sparat och 79 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I november ansåg 65 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Av konsumenterna planerade 20 procent att ta lån inom ett år.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna ansåg 26 procent i november att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Av konsumenterna avsåg 16 procent att öka och 33 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året. I oktober var motsvarande andelar 13 och 34 procent.

I november planerade 17 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil inom ett år. Sexton 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 roterande 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 november 2019 erhöles svar från 1 134 personer. Bortfallet av svar var 47,9 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-	11/2018	10/2019	11/2019	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-0,7	4,9	-6,6	-1,7	-6,6	-5,0	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	6,2	8,5	3,9	3,9	5,2	4,9	--
- Bättre (%)	26,6	26,4	
- Sämre (%)	18,0	18,3	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	10,0	13,4	6,3	11,0	7,4	9,0	-
- Bättre (%)	26,4	27,6	
- Sämre (%)	14,4	12,8	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	7,9	24,9	-16,0	10,1	-15,9	-16,0	--
- Bättre (%)	9,2	10,1	
- Sämre (%)	37,4	38,8	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-3,0	16,5	-22,5	-4,5	-22,5	-19,7	--
- Bättre (%)	9,9	10,3	
- Sämre (%)	48,1	43,8	
B5 Inflationen nu (procent)	2,6	3,0	2,2	3,0	2,6	2,5	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,6	3,0	2,4	2,8	2,7	2,4	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	1,7	13,8	-12,9	2,2	-11,8	-12,9	--
- Mindre (%)	19,5	15,9	
- Mera (%)	39,9	39,0	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-0,7	4,8	-6,4	0,7	-6,4	-5,1	--
- Minskat (%)	6,8	6,7	
- Ökat (%)	17,9	15,4	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	22,6	34,3	14,8	14,8	16,5	15,1	--
- Bra tid (%)	28,3	26,5	
- Dålig tid (%)	11,9	11,4	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	20,1	24,6	13,4	24,6	14,5	15,2	--
- Bra tid (%)	61,0	61,7	
- Dålig tid (%)	36,3	36,5	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	16,5	25,1	4,5	4,5	18,7	19,6	+
- Bra tid (%)	64,6	64,8	
- Dålig tid (%)	33,4	33,2	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	28,2	31,0	24,9	28,5	29,4	27,4	-
- Sparar (%)	61,9	59,7	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	10,1	11,4	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	49,0	53,1	44,3	48,3	47,7	50,5	+
- Kan spara (%)	76,2	78,6	
- Kan inte spara (%)	23,6	21,1	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	20,2	20,4	
- Ja, säkert (%)	6,3	5,7	

	Medeltal 01/2018-	Maxvärde 01/2018-	Minvärde 01/2018-	11/2018	10/2019	11/2019	Utsikter ²⁾
- Eventuellt (%)	13,9	14,7	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal)	-15,9	-12,6	-21,2	-17,0	-16,5	-13,9	+
- Mera (%)	12,6	16,0	
- Mindre (%)	34,0	33,4	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	17,9	16,7	
- Mycket sannolikt (%)	6,5	5,6	
- Ganska sannolikt (%)	11,4	11,1	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	15,6	15,5	
- Ja, säkert (%)	5,4	5,0	
- Eventuellt (%)	10,2	10,5	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsbyggnad (% av konsumenterna)	19,7	21,3	
- Mycket sannolikt (%)	7,5	8,2	
- Ganska sannolikt (%)	12,2	13,1	

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.

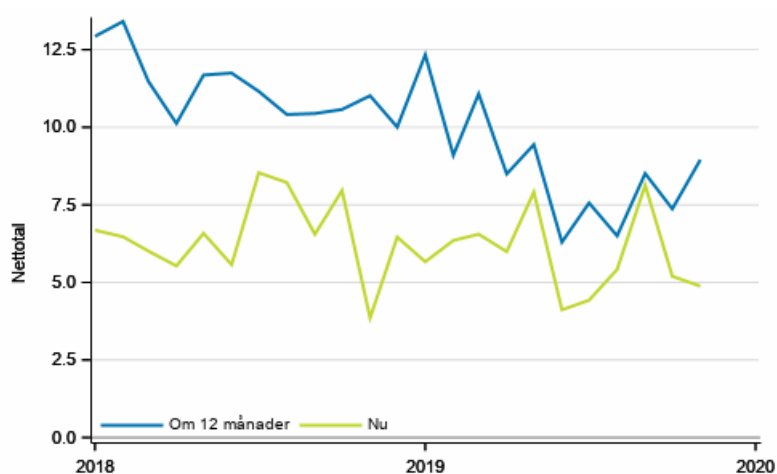
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

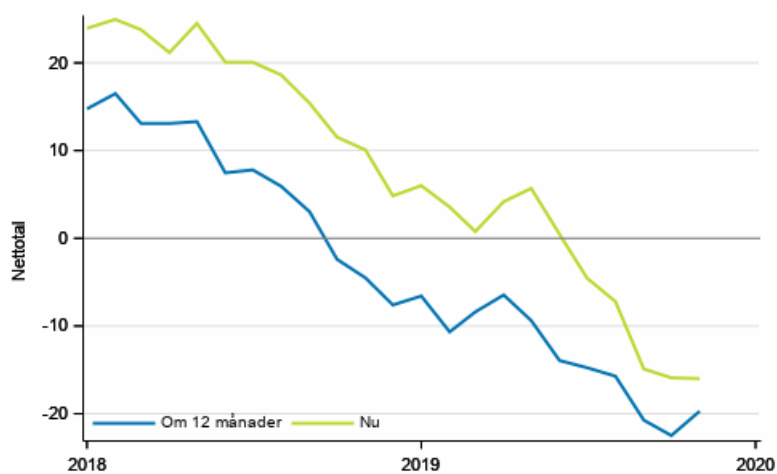


1) medeltal 01/2018 - 11/2019

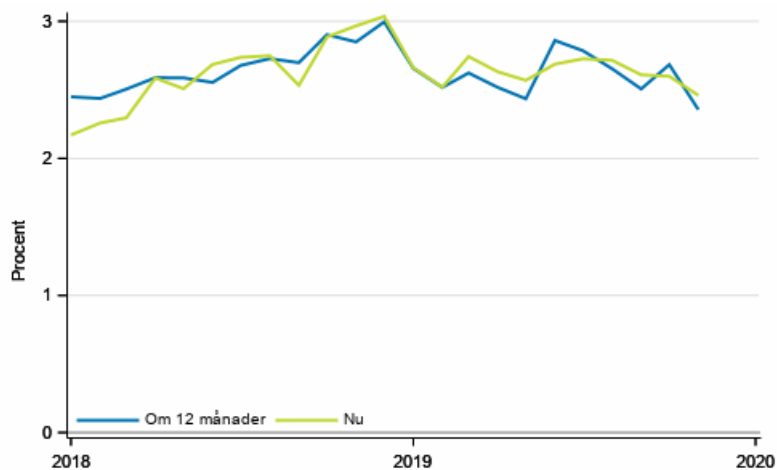
Figurbilaga 2. Egen ekonomi



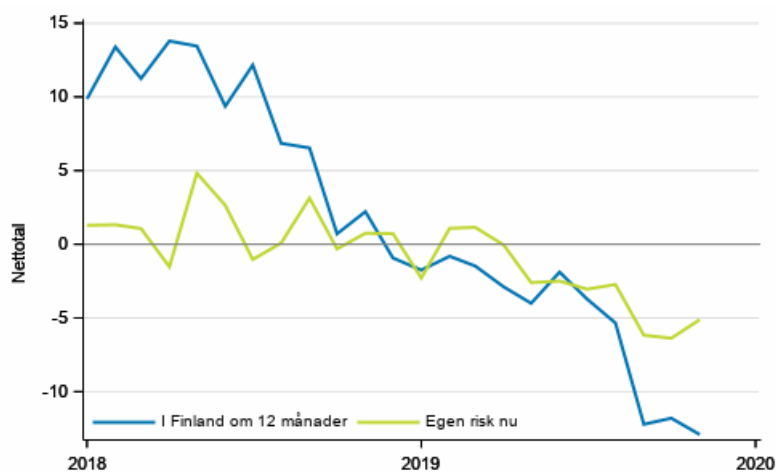
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



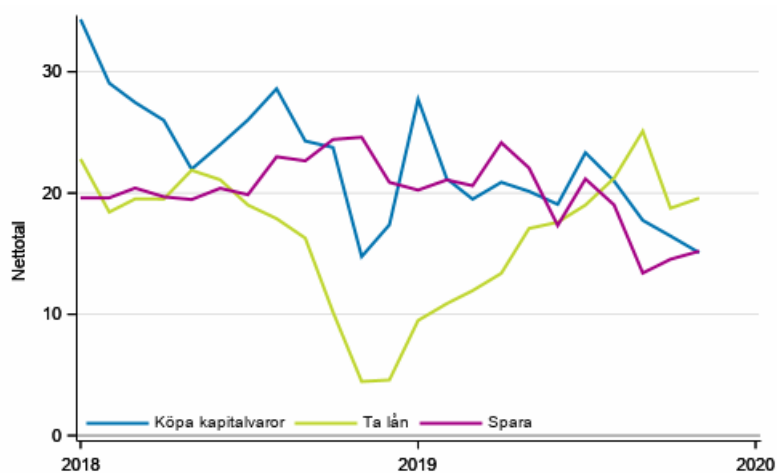
Figurbilaga 4. Inflation



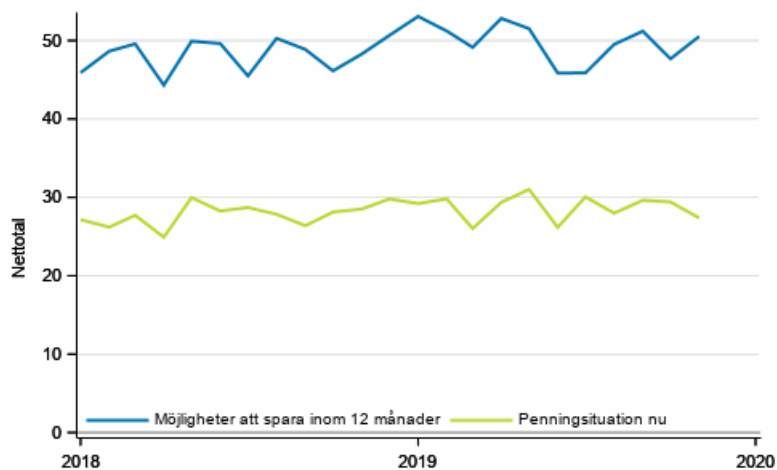
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



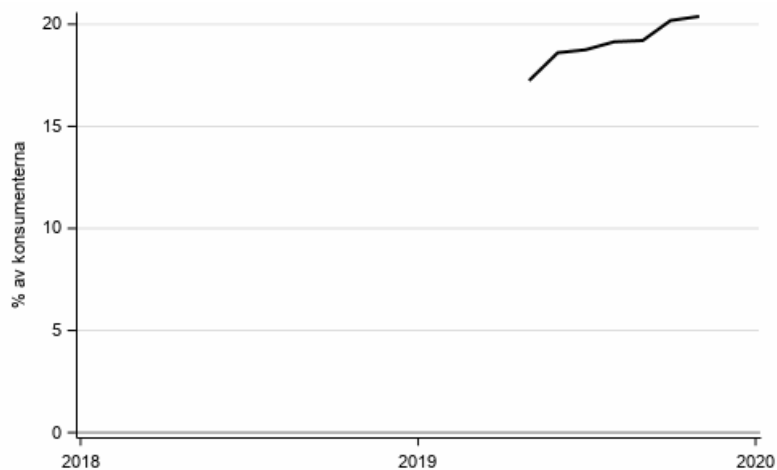
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



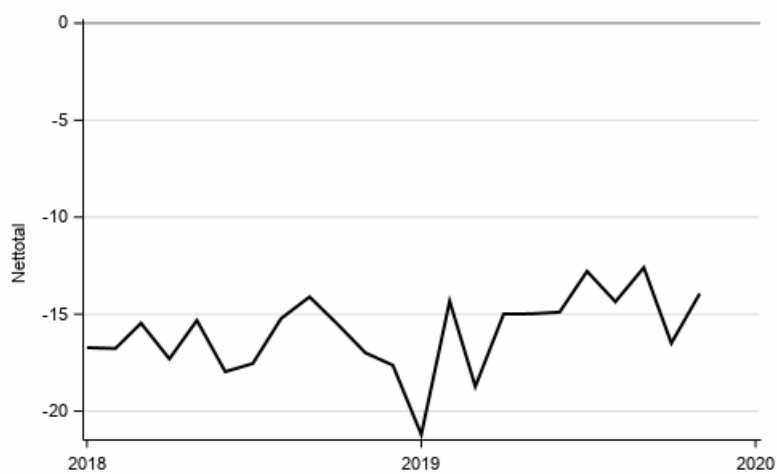
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



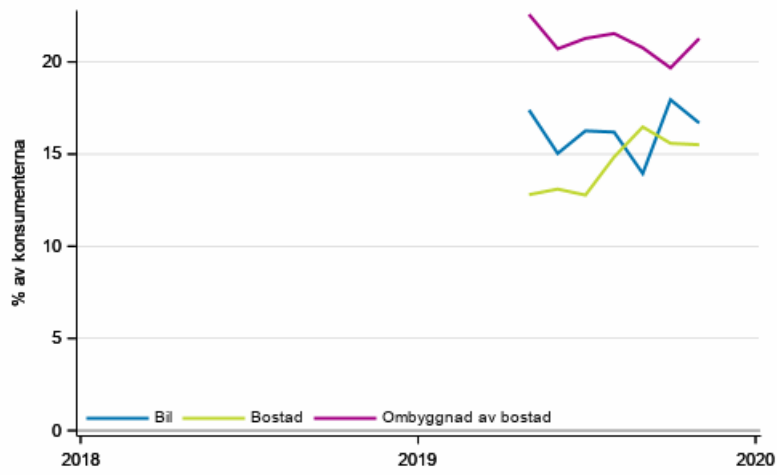
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



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, november. Statistikcentralen