

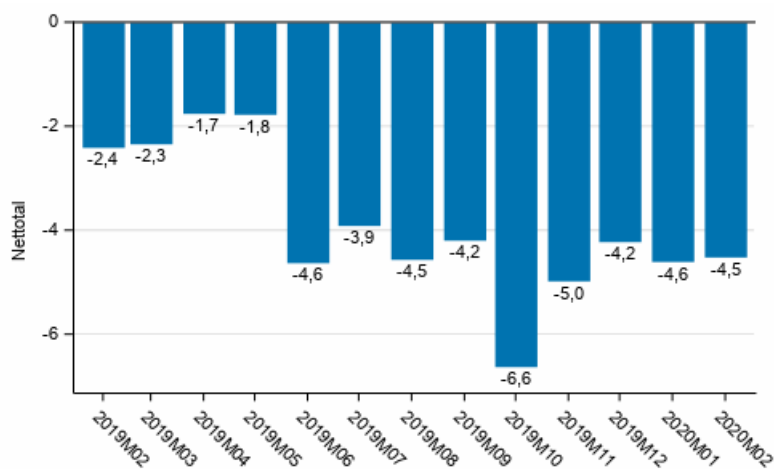
Konsumenternas förtroende

2020, februari

Konsumenternas förtroende oförändrat i februari

Konsumenternas förtroendeindikator var i februari -4,5, då den i januari var -4,6 och i december -4,2. I februari i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -2,4. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,7. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–18 februari av 1 041 personer bosatta i Finland. **De långa tidsserierna för statistiken publicerades på nytt nivåkorrigerade och reviderade i januari. Mera information om nivåkorrigeringen finns i januariöffentliggörandets [översiktsdel](#).**

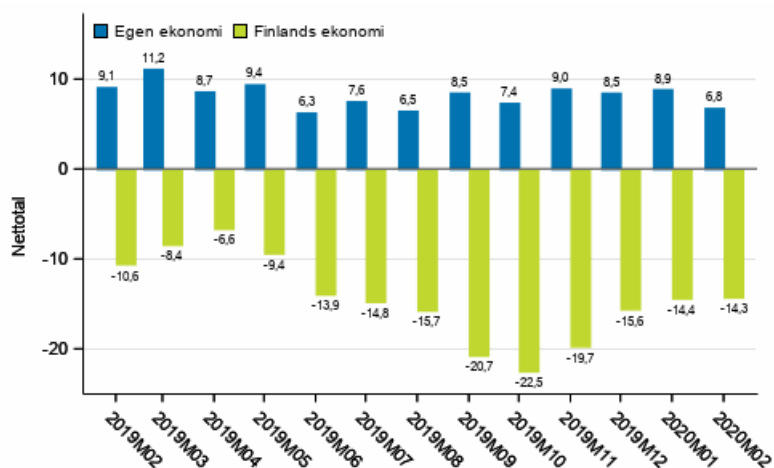
Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator försvagades i februari konsumenternas syn på den egna ekonomin just nu och inom en nära framtid jämfört med januari. Förväntningarna på Finlands ekonomi var oförändrade när det gäller en nära framtid, men planerna på att använda pengar på kapitalvaror förbättrades något. Jämfört med motsvarande period året innan försvagades förtroendeindikatorns delfaktorer, med undantag av planerna på att använda pengar, som var ungefär oförändrade.

I februari uppskattade konsumenterna att utvecklingen av Finlands ekonomi var svag. Bilden av den egna ekonomin var på en hyfsad nivå.

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



Konsumenternas syn på utvecklingen av arbetslösheten i Finland förbättrades till en god nivå. Sysselsatta konsumenter uppskattade att deras risk för att råka ut för arbetslöshet var på samma nivå som långtidsmedelvärdet.

I februari uppskattade konsumenterna att den egna ekonomin var rätt så god. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var gynnsam för att ta lån och spara, men inte särskilt gynnsam för att köpa kapitalvaror.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I februari var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn -3,3) och svagast i Östra Finland (-7,5). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de mest optimistiska (1,1). I februari var pensionärer (-13,2), och arbetslösa (-12,4) klart mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen.

Förtroendet för ekonomin minskar vanligen med personens ålder, och på motsvarande sätt ökar förtroendet vanligen i takt med inkomsterna. Män tenderar att ha större förtroende för ekonomin än kvinnor. Närmare 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

1. Granskning av svarsfördelningar.....	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

1. Granskning av svarsfördelningar

Egen och Finlands ekonomi

I februari trodde 14 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 37 procent för sin del att landets ekonomi försämras. I januari var motsvarande andelar 13 och 38 procent.

I februari litade 25 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras, medan 14 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I januari var motsvarande andelar 28 och 12 procent. Av konsumenterna uppskattade 24 procent att den egna ekonomin för närvarande är bättre än för ett år sedan och 19 procent ansåg att den är sämre i februari. För en månad sedan var dessa andelar 25 och 16 procent.

Arbetslöshet och inflation

I februari litade 26 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten minskar under det följande året och 33 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I januari var andelarna 19 och 37 procent.

Av de sysselsatta upplevde 45 procent i februari 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 februari bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,7 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 3,0 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 66 procent i februari att det är fördelaktigt att spara. Sextio procent av konsumenterna hade sparat och 77 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I februari ansåg 68 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Något fler än vanligt, dvs. 20 procent av konsumenterna, planerade att ta lån inom ett år.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna ansåg 30 procent i februari att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Femton procent av konsumenterna avsåg att öka och 33 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året.

I februari planerade 14 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil inom ett år. Av konsumenterna planerade också 14 procent att köpa bostad. Nitton 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 februari 2020 erhöles svar från 1 041 personer. Bortfallet av svar var 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 (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 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2019	01/2020	02/2020	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,7	6,8	-12,8	-2,4	-4,6	-4,5	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,1	8,6	-5,3	6,3	5,4	3,5	=
- Bättre (%)	25,4	24,2	
- Sämre (%)	16,4	18,6	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,1	13,5	1,2	9,1	8,9	6,8	-
- Bättre (%)	28,2	24,8	
- Sämre (%)	12,3	13,5	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-5,5	25,9	-66,5	3,5	-12,0	-14,5	-
- Bättre (%)	10,4	11,0	
- Sämre (%)	30,8	35,3	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-1,5	20,3	-32,8	-10,6	-14,4	-14,3	--
- Bättre (%)	13,3	13,6	
- Sämre (%)	37,7	37,1	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,5	2,7	2,8	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	3,0	5,3	1,7	2,5	2,6	2,7	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,0	20,3	-59,5	-0,8	-10,9	-5,0	+
- Mindre (%)	18,8	25,7	
- Mera (%)	36,7	32,5	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-5,7	4,7	-25,1	1,5	-5,6	-5,7	=
- Minskat (%)	8,2	6,4	
- Ökat (%)	18,0	16,4	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,9	43,5	-13,8	21,2	18,7	19,5	=
- Bra tid (%)	29,6	30,0	
- Dålig tid (%)	10,9	10,5	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,4	29,4	-28,5	21,1	13,7	19,9	++
- Bra tid (%)	60,5	65,5	
- Dålig tid (%)	37,3	33,1	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,9	31,7	-60,4	10,8	21,3	23,4	++
- Bra tid (%)	66,3	68,3	
- Dålig tid (%)	31,7	29,9	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	21,5	31,0	6,4	29,9	26,5	28,4	++
- Sparar (%)	58,5	60,4	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	10,6	9,5	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,6	53,6	9,8	51,4	44,1	48,3	+
- Kan spara (%)	73,1	76,5	
- Kan inte spara (%)	26,5	23,3	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,4	20,4	10,5	16,6	18,4	19,9	++
- Ja, säkert (%)	4,1	5,3	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2019	01/2020	02/2020	Utsikter ²⁾
- Eventuellt (%)	14,4	14,6	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal)	-16,3	-9,7	-26,2	-14,4	-18,2	-14,0	+
- Mera (%)	13,0	14,8	
- Mindre (%)	36,6	32,5	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,3	19,2	10,1	14,1	15,2	13,9	=
- Mycket sannolikt (%)	4,9	4,9	
- Ganska sannolikt (%)	10,4	9,0	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,5	16,5	9,1	14,3	13,3	14,4	++
- Ja, säkert (%)	3,4	4,6	
- Eventuellt (%)	9,9	9,8	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	17,3	26,0	8,1	16,8	19,6	18,7	+
- Mycket sannolikt (%)	6,9	6,3	
- Ganska sannolikt (%)	12,8	12,5	

1) Perioden 10/1995-04/2019: uppgifter om svarsfördelningar kan inte presenteras – enbart (nivåkorrigerade) netttotalen, inflationsvärden och några procentandelar offentliggörs.

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

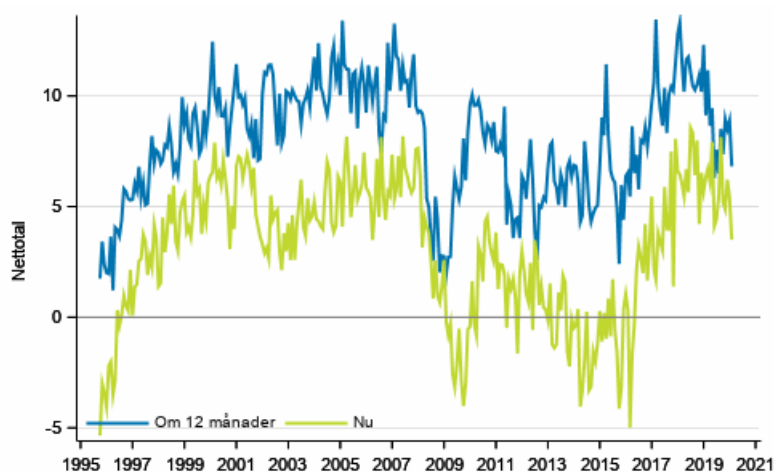
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

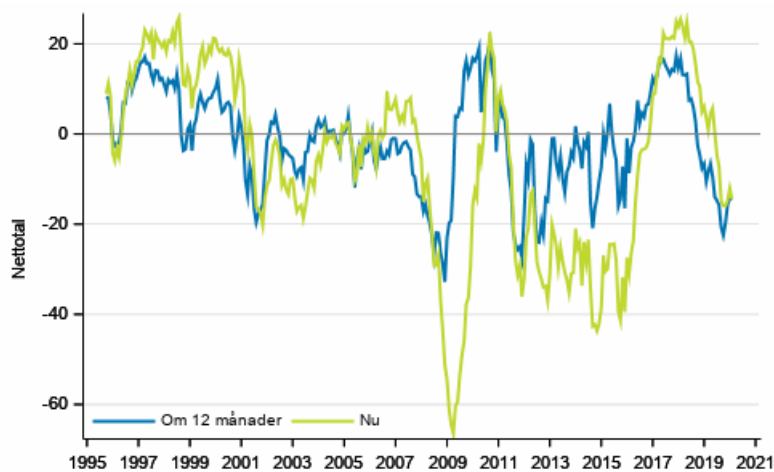


1) medeltal 10/1995 - 02/2020

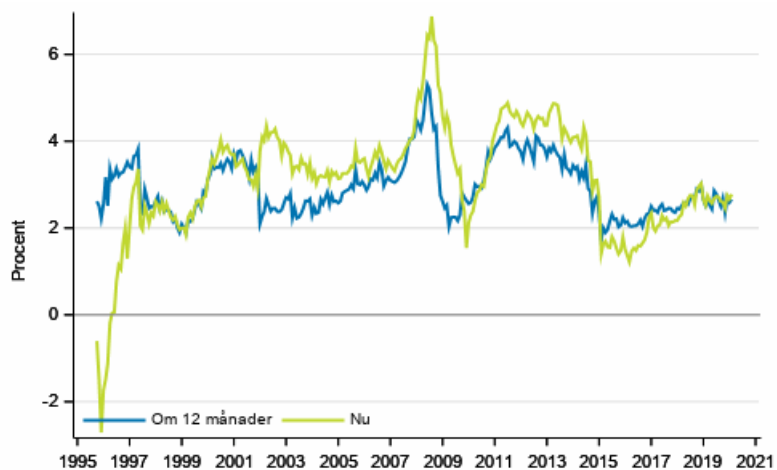
Figurbilaga 2. Egen ekonomi



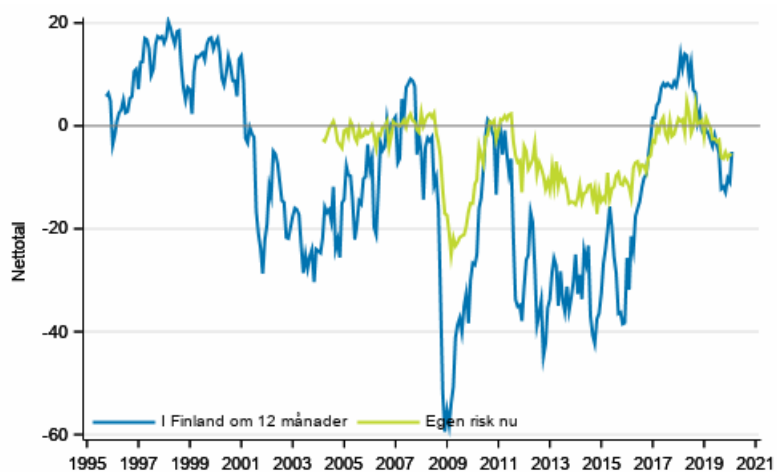
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



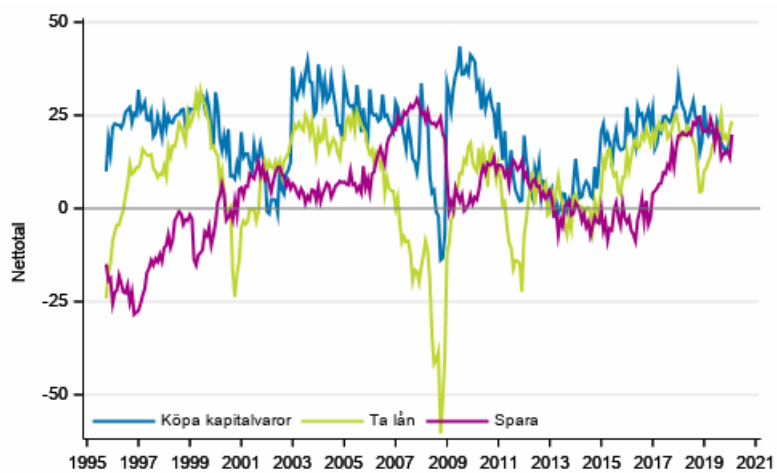
Figurbilaga 4. Inflation



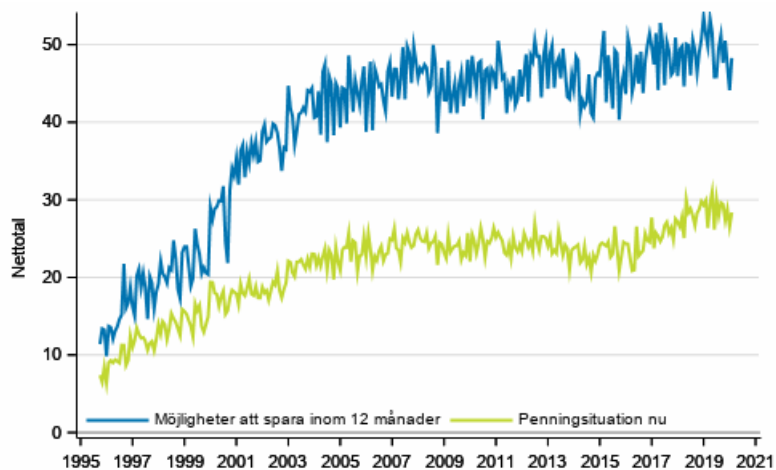
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



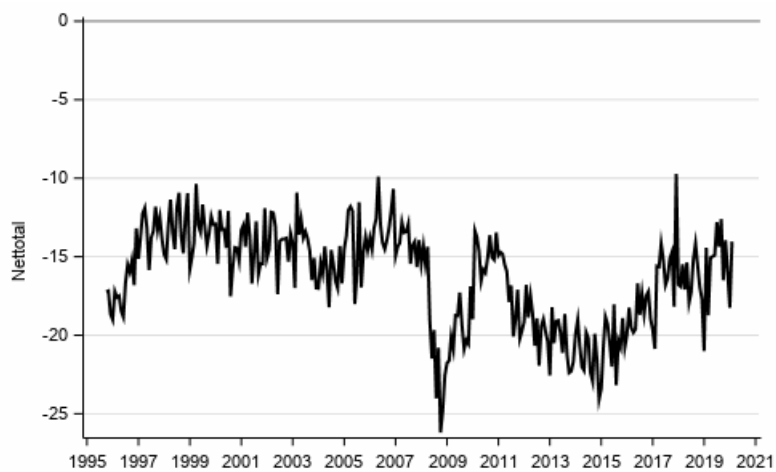
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



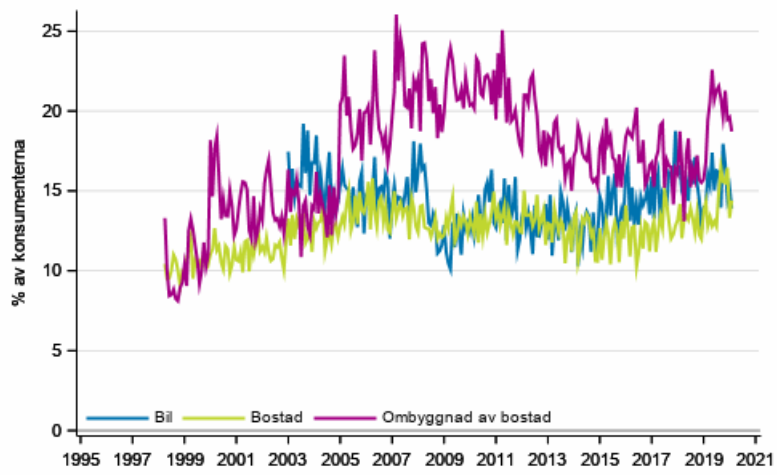
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



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



Figurbilaga 10. Avsikter att köpa inom 12 månader



Förfrågningar

Tuomas Parikka 029 551 3276

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Ansvarig statistikdirektör:

Jari Tarkoma

konsumenternas.fortroende@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumenternas förtroende 2020, februari. Statistikcentralen