

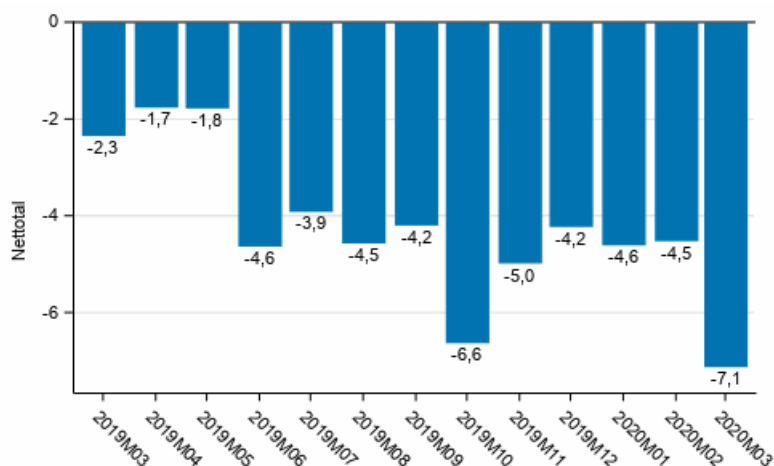
# Konsumenternas förtroende

2020, mars

## Konsumenternas förtroende försvagades i mars - tilltro till den egna ekonomin

Konsumenternas förtroendeindikator var i mars -7,1 medan den i februari var -4,5 och i januari -4,6. I mars i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -2,3. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,7. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 2-19 mars av 1 053 personer bosatta i Finland. **Huvudparten av svaren erhöles före den 13 mars, dvs. innan regeringens begränsande åtgärder i anslutning till coronaviruspandemin. Statistikcentralen publicerar i april de egentliga enkätuppgifterna om inverkan av pandemin på ekonomin.**

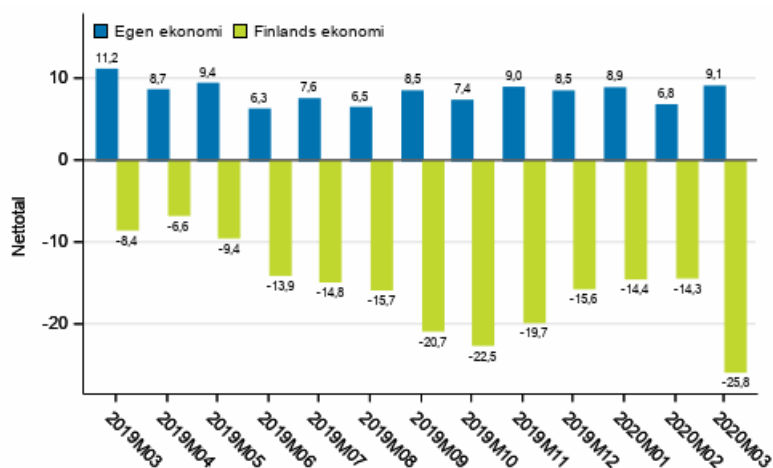
### Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator försvagades förväntningarna på Finlands ekonomi klart i mars och planerna på att skaffa kapitalvaror minskade jämfört med februari. Däremot förbättrades konsumenternas uppfattning om den egna ekonomin en aning, både gällande nuläget och den närmaste framtiden. Jämfört med motsvarande period i fjol försämrades förtroendeindikatorns delfaktorer, med undantag av konsumtionsplanerna som ökade något.

I mars var konsumenternas syn på den egna ekonomin sammantaget god. Däremot var synen på användningen av pengar medelmåttig och synen på Finlands ekonomiska utveckling dyster.

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



Konsumenternas bedömning av utvecklingen av arbetslöshetsituationen i Finland sjönk i mars till en svag nivå. Detsamma gällde den oro som sysselsatta konsumenter, dvs. löntagare och företagare, kände för att själva råka ut för arbetslöshet. Konsumentpriserna förväntades i framtiden stiga långsammare än tidigare.

I mars uppskattade konsumenterna att den egna penningsituationen är utmärkt. Konsumenterna ansåg att tidpunkten bara i viss mån var gynnsam för att spara och ta lån och inte alls gynnsam för att köpa kapitalvaror. Många övervägde dock i mars att köpa bostad och ta lån.

### Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I mars var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn -5,2) och svagast i Östra Finland (-9,7). Av befolkningsgrupperna var studerande (-1,3) och högre tjänstemän (-1,9) de mest optimistiska. Klart mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var i mars arbetslösa (-14,8) och pensionärer (-13,9).

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 är 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 mars bedömde 42 procent av konsumenterna att Finlands ekonomi för närvarande är sämre än för ett år sedan och bara 8 procent ansåg att den är bättre. En månad tidigare var andelarna 35 och 11 procent. Av konsumenterna uppskattade 19 procent i mars att den egna ekonomin för närvarande är sämre än för ett år sedan. Fler än det, dvs. 27 procent, ansåg dock att den egna ekonomin är starkare. För en månad sedan var dessa andelar 19 och 24 procent.

I mars trodde bara 11 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Hela 52 procent av konsumenterna bedömde åter att landets ekonomi försämras. I februari var motsvarande andelar 14 och 37 procent.

I mars litade 30 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 14 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I februari var motsvarande andelar 25 och 13 procent

## **Arbetslöshet och inflation**

I mars litade 16 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten minskar under det följande året och upp till 47 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I februari var motsvarande andelar 26 och 33 procent.

Av de sysselsatta upplevde 43 procent i mars 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 21 procent antog att risken ökat. För en månad sedan var de senare nämnda två andelarna 6 och 16 procent.

I mars bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,3 procent under de följande 12 månaderna. Inflationsförväntningarna var ännu en månad innan 2,7 procent och dess långtidsmedelvärde är 3,0 procent.

## **Sparande och låntagning**

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

I mars ansåg 59 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Fler än någonsin tidigare, dvs. 21 procent av konsumenterna, planerade att ta lån inom ett år.

## **Köp av kapitalvaror**

Av konsumenterna ansåg 27 procent i mars att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror och 14 procent avsåg att öka och 36 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året. I februari var dessa två andelar 15 och 32 procent.

I mars planerade 14 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil inom ett år. Fjorton procent övervägde att köpa bostad, dvs. fler än vanligt. 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 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 mars 2020 erhöles svar från 1 053 personer. Av svaren 73 procent kom från webblancketten. Bortfallet av svar var 51,8 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 avsikter<sup>1)</sup>**

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	03/2019	02/2020	03/2020	Utsikter <sup>2)</sup>
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,7	6,8	-12,8	-2,3	-4,5	-7,1	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,1	8,6	-5,3	6,7	3,5	5,2	+
- Bättre (%)	.	.	.	.	24,2	27,4	
- Sämre (%)	.	.	.	.	18,6	18,9	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,1	13,5	1,2	11,2	6,8	9,1	+
- Bättre (%)	.	.	.	.	24,8	29,7	
- Sämre (%)	.	.	.	.	13,5	14,2	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-5,5	25,9	-66,5	0,9	-14,5	-20,8	-
- Bättre (%)	.	.	.	.	11,0	8,4	
- Sämre (%)	.	.	.	.	35,3	42,2	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-1,6	20,3	-32,8	-8,4	-14,3	-25,8	--
- Bättre (%)	.	.	.	.	13,6	10,8	
- Sämre (%)	.	.	.	.	37,1	52,4	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,7	2,8	2,4	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	3,0	5,3	1,7	2,6	2,7	2,3	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,0	20,3	-59,5	-1,5	-5,0	-19,7	-
- Mindre (%)	.	.	.	.	25,7	15,7	
- Mera (%)	.	.	.	.	32,5	46,8	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-5,7	4,7	-25,1	0,4	-5,7	-8,1	-
- Minskat (%)	.	.	.	.	6,4	7,8	
- Ökat (%)	.	.	.	.	16,4	21,1	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,9	43,5	-13,8	19,7	19,5	12,2	-
- Bra tid (%)	.	.	.	.	30,0	27,1	
- Dålig tid (%)	.	.	.	.	10,5	14,9	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,4	29,4	-28,5	20,8	19,9	13,7	+
- Bra tid (%)	.	.	.	.	65,5	60,8	
- Dålig tid (%)	.	.	.	.	33,1	37,2	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,9	31,7	-60,4	12,5	23,4	11,9	+
- Bra tid (%)	.	.	.	.	68,3	59,5	
- Dålig tid (%)	.	.	.	.	29,9	38,7	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	21,5	31,0	6,4	26,4	28,4	29,7	++
- Sparar (%)	.	.	.	.	60,4	62,5	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	.	9,5	10,4	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,7	53,6	9,8	49,8	48,3	49,4	+
- Kan spara (%)	.	.	.	.	76,5	78,2	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	.	23,3	21,2	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,4	21,1	10,5	16,4	19,9	21,1	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	.	5,3	5,7	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	03/2019	02/2020	03/2020	Utsikter <sup>2)</sup>
- Eventuellt (%)	.	.	.	.	14,6	15,5	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal)	-16,3	-9,7	-26,2	-18,7	-14,0	-17,0	=
- Mera (%)	.	.	.	.	14,8	13,6	
- Mindre (%)	.	.	.	.	32,5	35,6	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,3	19,2	10,1	16,0	13,9	14,5	=
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	.	4,9	4,9	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	.	9,0	9,6	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,5	16,5	9,1	12,8	14,4	14,3	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	.	4,6	4,2	
- Eventuellt (%)	.	.	.	.	9,8	10,1	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	17,4	26,0	8,1	19,4	18,7	22,1	++
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	.	6,3	7,4	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	.	12,5	14,7	

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.

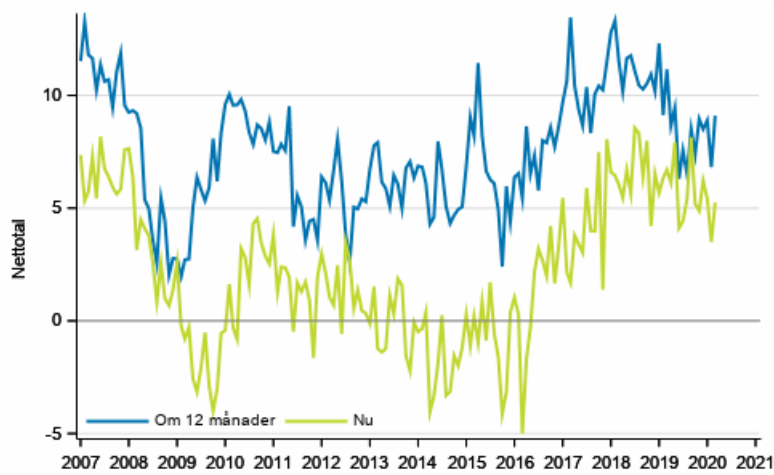
# Figurbilagor

## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

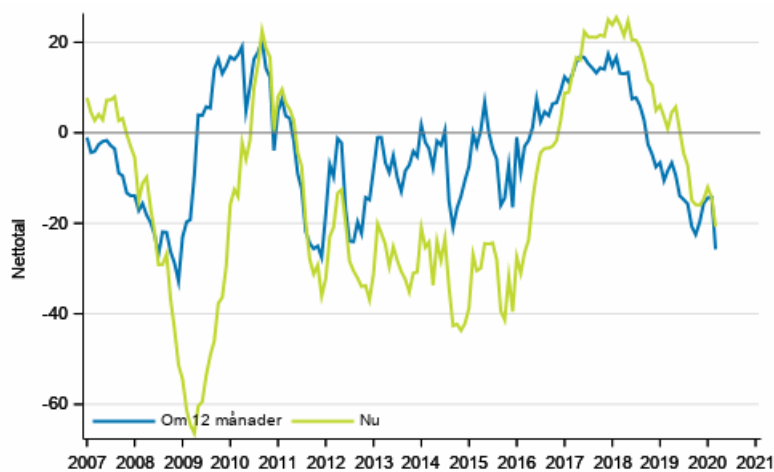


1) medeltal 10/1995 - 03/2020

## Figurbilaga 2. Egen ekonomi

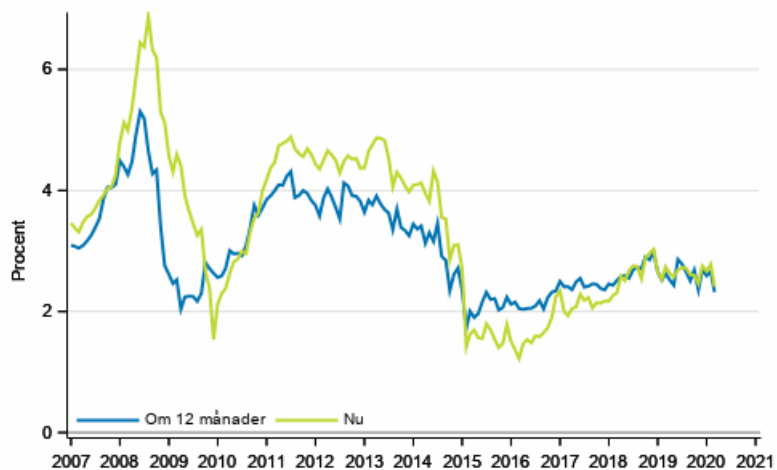


## Figurbilaga 3. Finlands ekonomi

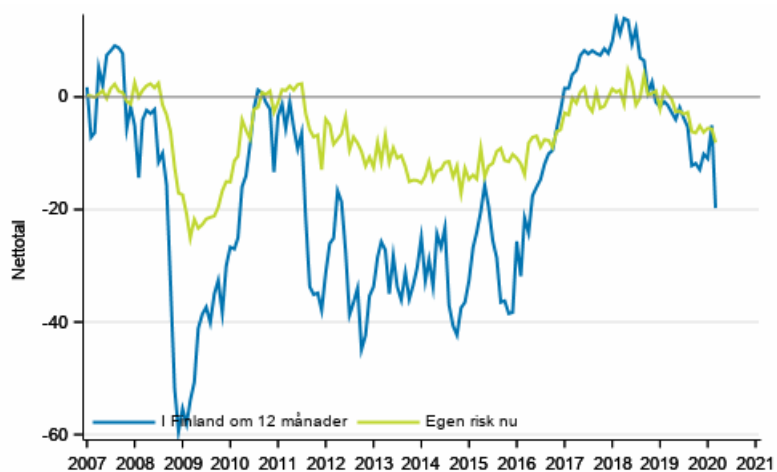




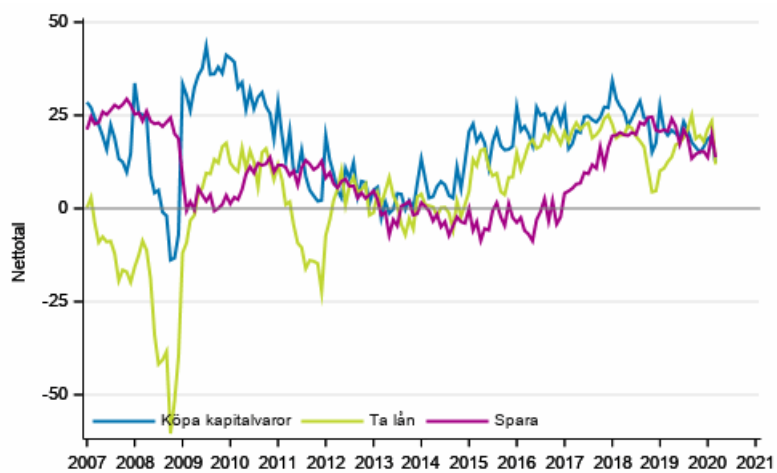
**Figurbilaga 4. Inflation**



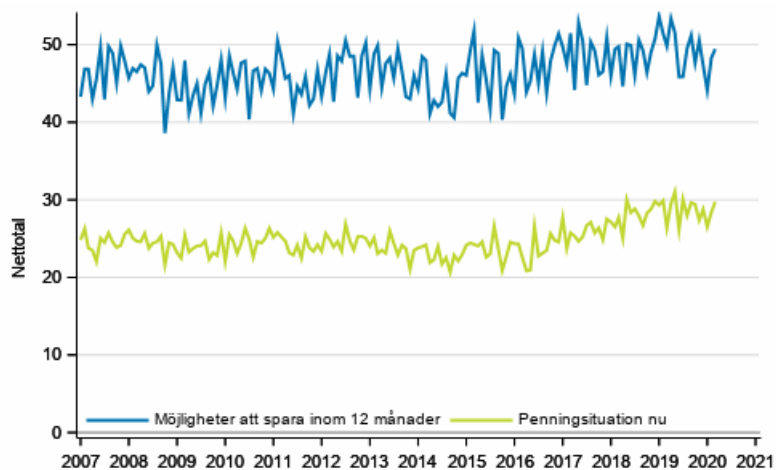
**Figurbilaga 5. Arbetslöshet**



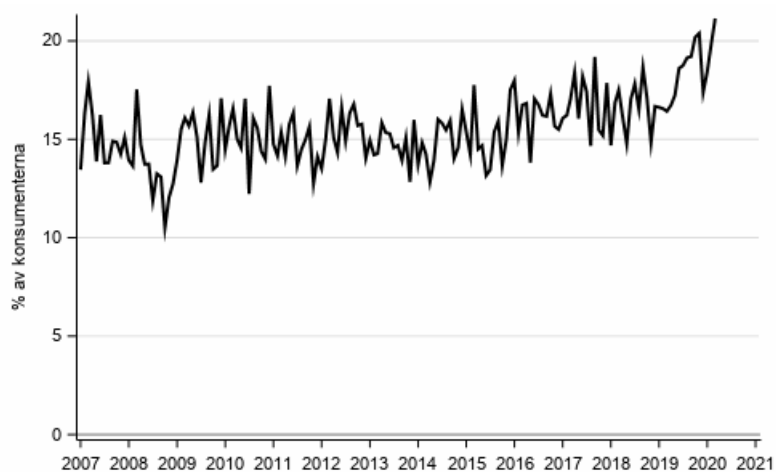
**Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att**



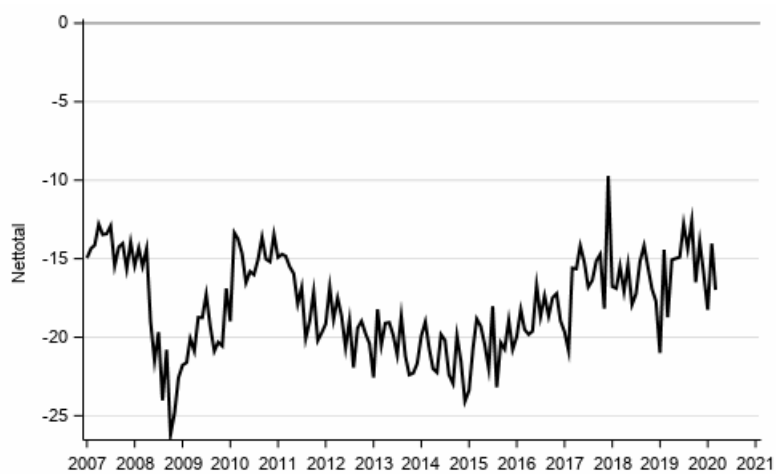
**Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara**



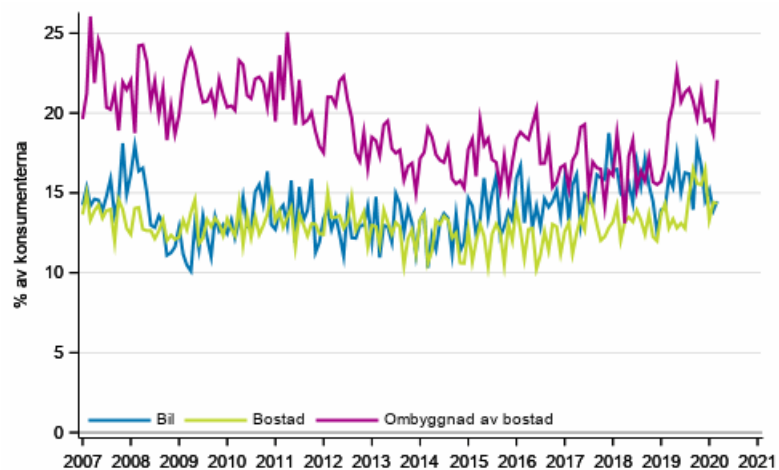
**Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader**



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



Figurbilaga 10. Avsikter att köpa inom 12 månader



## Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Tuomas Parikka 029 551 3276

Ansvarig statistikdirektör:

Jari Tarkoma

[konsumenternas.fortroende@stat.fi](mailto:konsumenternas.fortroende@stat.fi)

[www.stat.fi](http://www.stat.fi)

Källa: Konsumenternas förtroende 2020, mars. Statistikcentralen