

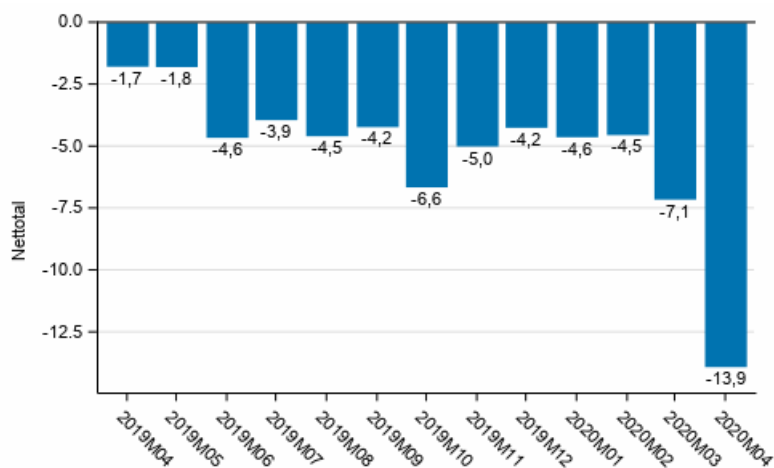
Konsumenternas förtroende

2020, april

Konsumenternas förtroende sjönk till dess svagaste någonsin

Konsumenternas förtroendeindikator var i april -13,9 medan den i mars var -7,1 och i februari -4,5. Indikatorertalet för april är det dystraste under mät historien 1995–2020 för konsumenternas förtroende. I april i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -1,7. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,7. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–19 april av 1 134 personer bosatta i Finland. I Statistikcentralens tidskrift [Tieto&Trendit](#) har man också publicerat uppgifter om coronapandemins inverkan på ekonomin och sysselsättningen. Uppgifterna baserar sig på undersökningen om konsumenternas förtroende.

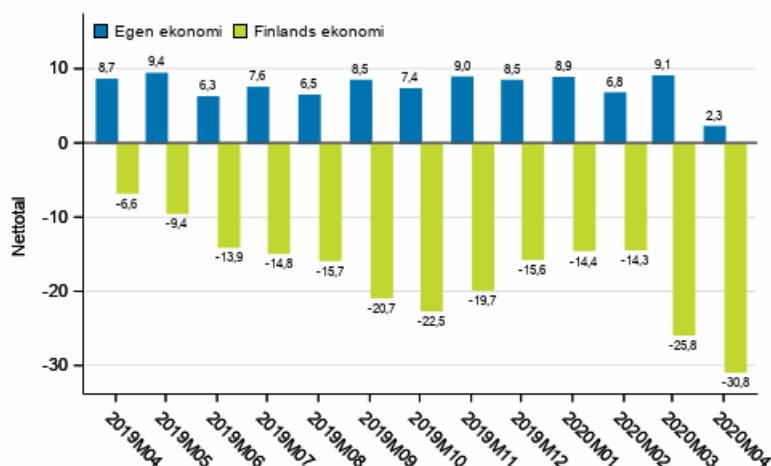
Konsumenternas förtroendeindikator



Alla de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator försvagades betydligt i april jämfört med mars och med motsvarande period året innan. Delfaktorerna är: synen på den egna ekonomin nu, förväntningarna på den egna ekonomin och Finlands ekonomi om 12 månader samt planerna på att använda pengar på kapitalvaror under följande 12 månader.

I april var varje delfaktor på en dyster nivå och samtidigt nära den historiska bottennoteringen åren 2008–2009 med undantag av synen på den egna ekonomin just nu. Konsumenternas planer på att köpa kapitalvaror var färre än någonsin tidigare.

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



Konsumenternas syn på utvecklingen av arbetslöshetsläget i Finland sjönk också till en dyster nivå i april. Samma gällde sysselsatta konsumenters, dvs. löntagarnas och företagarnas upplevda risk för att själva råka ut för arbetslöshet. Denna risk uppskattades vara den största någonsin. Däremot var synen på hur konsumentpriserna kommer att stiga oförändrad i april.

I april uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen fortfarande var utmärkt – å andra sidan uppskattade man att möjligheterna att spara inte längre är på samma nivå som tidigare under de närmaste månaderna. Konsumenterna ansåg att tidpunkten nu var mycket dålig för att spara, ta lån och köpa kapitalvaror. Ändå funderade många ännu i april på att köpa bostad och att ta lån under de följande 12 månaderna.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I april var förtroendet för ekonomin starkast i Norra Finland (förtroendeindikatorn -10,1) och i huvudstadsregionen (-10,7) och svagast på övriga håll i Södra Finland (-17,9). Bland befolkningsgrupperna var studerande (-6,7) de minst pessimistiska. Klart mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärerna (-21,4). När det gäller företagare sjönk förtroendeindikatorn i april och fick värdet -17,7.

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.....	5
Metoden för undersökningen om konsumenternas förtroende.....	5

Tabeller

Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter.....	7
--	---

Figurer

Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator	9
Figurbilaga 2. Egen ekonomi.....	9
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi.....	9
Figurbilaga 4. Inflation	10
Figurbilaga 5. Arbetslöshet.....	10
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att.....	10
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara.....	11
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader.....	11
Figurbilaga 9. Köp av kapitalvaror 12 månader framåt jämfört med 12 månader bakåt.....	11
Figurbilaga 10. Avsikter att köpa inom 12 månader.....	12

1. Granskning av svarsfördelningar

Egen och Finlands ekonomi

Av konsumenterna uppskattade rentav 82 procent i april att Finlands ekonomi just nu är sämre än för ett år sedan och bara 4 procent ansåg att den är bättre. I mars var andelarna 42 och 8 procent. Tjugo procent av konsumenterna bedömde i april att den egna ekonomin för närvarande är sämre än för ett år sedan. Ändå ansåg nästan lika många, dvs. 20 procent, att den egna ekonomin är bättre än för ett år sedan. För en månad sedan var dessa andelar 19 och 27 procent.

I april trodde 27 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Hela 61 procent av konsumenterna bedömde åter att landets ekonomi försämras. I mars var motsvarande andelar 11 och 52 procent.

I april litade 24 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och redan 21 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I mars var motsvarande andelar 30 och 14 procent.

Arbetslöshet och inflation

I april litade 10 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten minskar under det följande året och rentav 82 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. I mars var motsvarande andelar 16 och 47 procent.

Trettiofyra procent av de sysselsatta upplevde i april att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa. Av de sysselsatta antog bara 2 procent att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan redan 41 procent antog att risken ökat. För en månad sedan var dessa tre andelar 43, 8 och 21 procent.

I april bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,4 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 3,0 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 40 procent i april att det är fördelaktigt att spara. I mars var andelen ännu 61 procent. Sextiotvå procent av konsumenterna hade sparat i april och något färre än tidigare, 74 procent, trodde att de kan spara under det följande året.

I april ansåg bara 28 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var gynnsam. Månaden innan var andelen 59 procent. Fler än vanligt, dvs. 17 procent av konsumenterna, planerade ändå i april att ta lån inom ett år.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna ansåg bara 20 procent i april att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Av konsumenterna avsåg 9 procent att öka och rentav 46 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året. I mars var motsvarande andelar 14 och 36 procent.

I april planerade bara 12 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil inom ett år. Planer angående bostaden – utöver låntagning – var fortfarande på en medelnivå. I april planerade 12 procent av konsumenterna att köpa bostad. Av konsumenterna planerade däremot 17 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 3,9 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 april 2020 erhöles svar från 1 134 personer. Av svaren 74 procent kom från webblancketten. 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 viktcoefficienter. 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-	04/2019	03/2020	04/2020	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,7	6,8	-13,9	-1,7	-7,1	-13,9	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,1	8,6	-5,3	6,1	5,2	-0,3	--
- Bättre (%)	27,4	20,2	
- Sämre (%)	18,9	20,8	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,0	13,5	1,2	8,7	9,1	2,3	--
- Bättre (%)	29,7	23,6	
- Sämre (%)	14,2	20,6	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-5,7	25,9	-66,5	4,5	-20,8	-59,8	--
- Bättre (%)	8,4	4,0	
- Sämre (%)	42,2	82,5	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-1,7	20,3	-32,8	-6,6	-25,8	-30,8	--
- Bättre (%)	10,8	27,1	
- Sämre (%)	52,4	61,0	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,6	2,4	2,1	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	3,0	5,3	1,7	2,5	2,3	2,4	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,2	20,3	-59,5	-2,8	-19,7	-55,1	--
- Mindre (%)	15,7	10,2	
- Mera (%)	46,8	82,0	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-5,8	4,7	-26,6	-0,4	-8,1	-26,6	--
- Minskat (%)	7,8	2,3	
- Ökat (%)	21,1	41,3	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,7	43,5	-14,3	21,0	12,2	-14,3	--
- Bra tid (%)	27,1	20,4	
- Dålig tid (%)	14,9	34,7	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,3	29,4	-28,5	24,1	13,7	-12,0	--
- Bra tid (%)	60,8	39,7	
- Dålig tid (%)	37,2	59,2	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,8	31,7	-60,4	13,8	11,9	-29,1	--
- Bra tid (%)	59,5	28,1	
- Dålig tid (%)	38,7	69,8	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	21,5	31,0	6,4	29,5	29,7	29,4	++
- Sparar (%)	62,5	62,4	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	10,4	10,6	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,7	53,6	9,8	53,4	49,4	41,9	=
- Kan spara (%)	78,2	73,9	
- Kan inte spara (%)	21,2	25,6	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,4	21,1	10,5	16,7	21,1	16,9	+
- Ja, säkert (%)	5,7	3,8	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2019	03/2020	04/2020	Utsikter ²⁾
- Eventuellt (%)	15,5	13,1	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal)	-16,3	-9,7	-26,7	-15,1	-17,0	-26,7	--
- Mera (%)	13,6	9,2	
- Mindre (%)	35,6	45,5	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,3	19,2	10,1	15,4	14,5	11,6	--
- Mycket sannolikt (%)	4,9	3,1	
- Ganska sannolikt (%)	9,6	8,5	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,5	16,5	9,1	13,4	14,3	12,4	=
- Ja, säkert (%)	4,2	4,0	
- Eventuellt (%)	10,1	8,4	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	17,4	26,0	8,1	20,6	22,1	16,9	=
- Mycket sannolikt (%)	7,4	5,5	
- Ganska sannolikt (%)	14,7	11,4	

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.

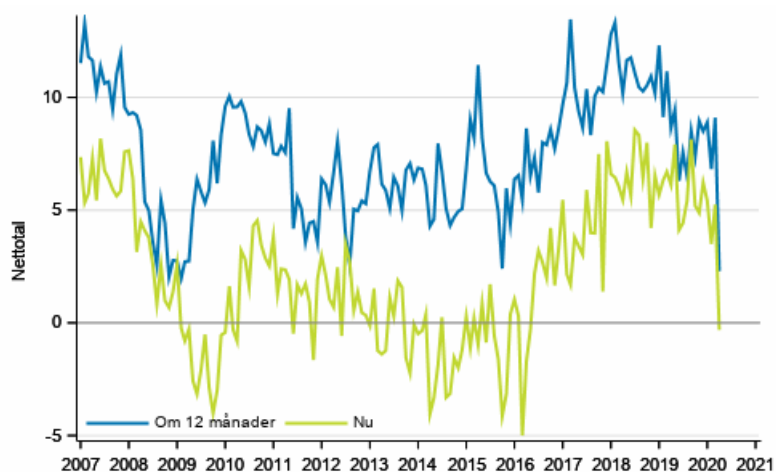
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

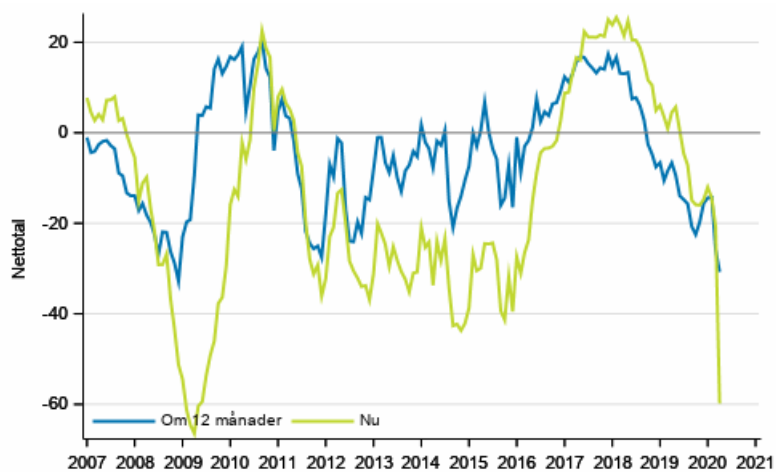


1) medeltal 10/1995 - 04/2020

Figurbilaga 2. Egen ekonomi



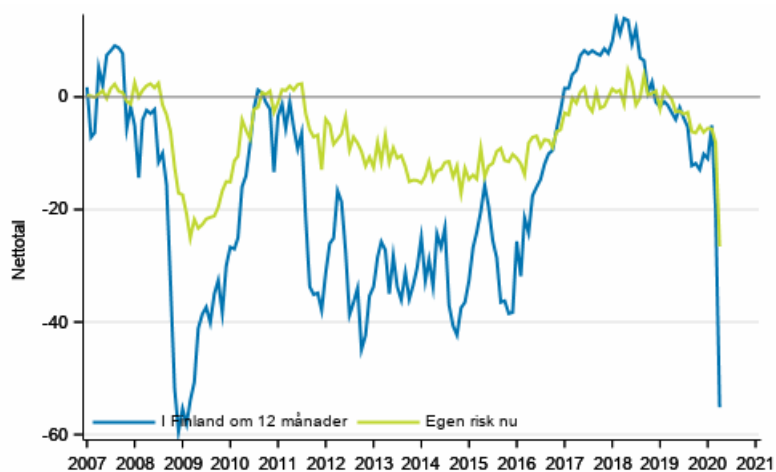
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



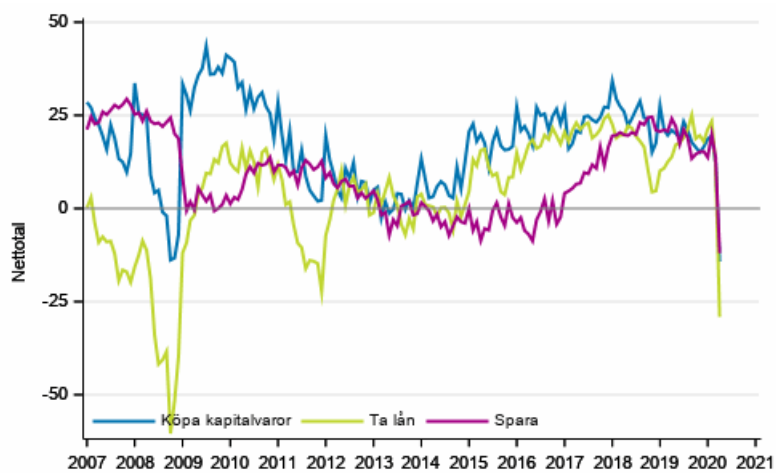
Figurbilaga 4. Inflation



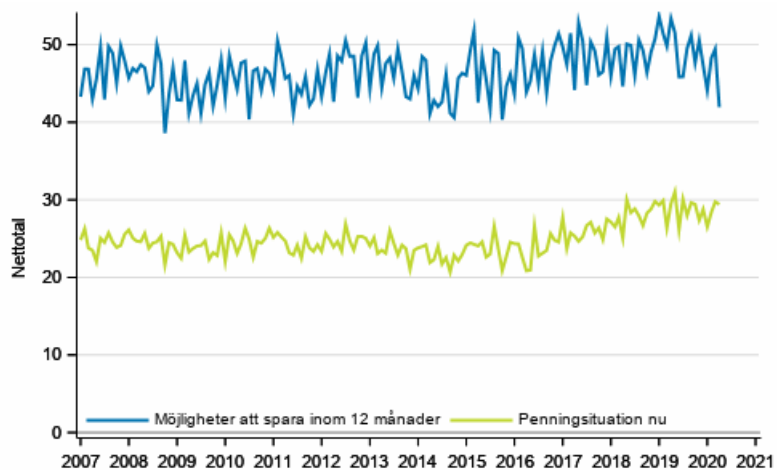
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



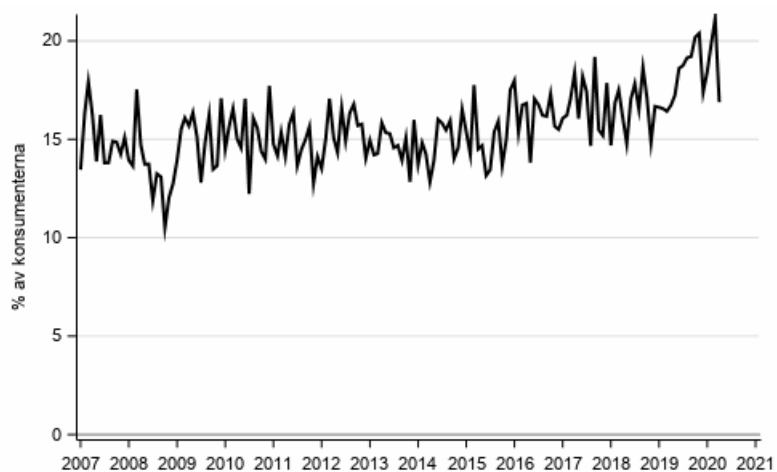
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



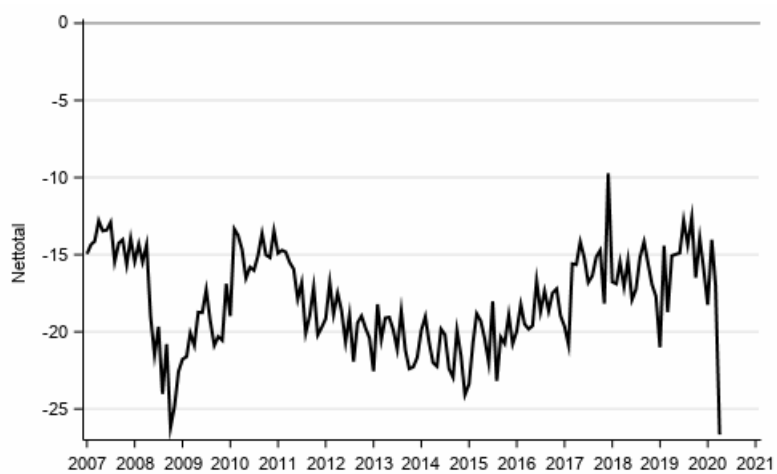
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



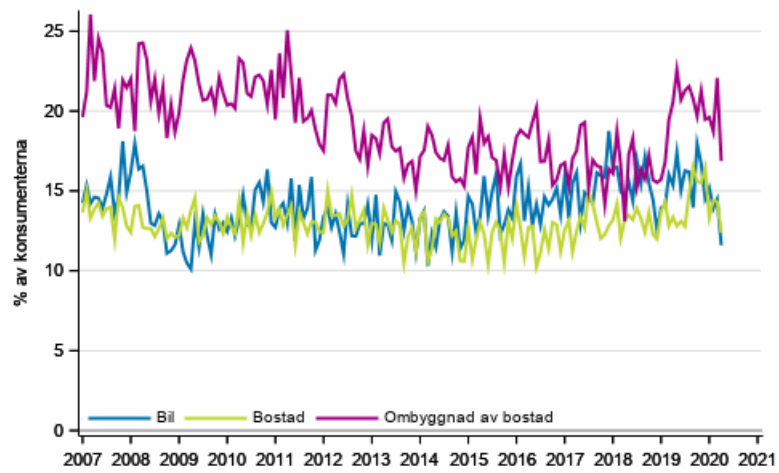
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



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

www.stat.fi

Källa: Konsumenternas förtroende 2020, april. Statistikcentralen