

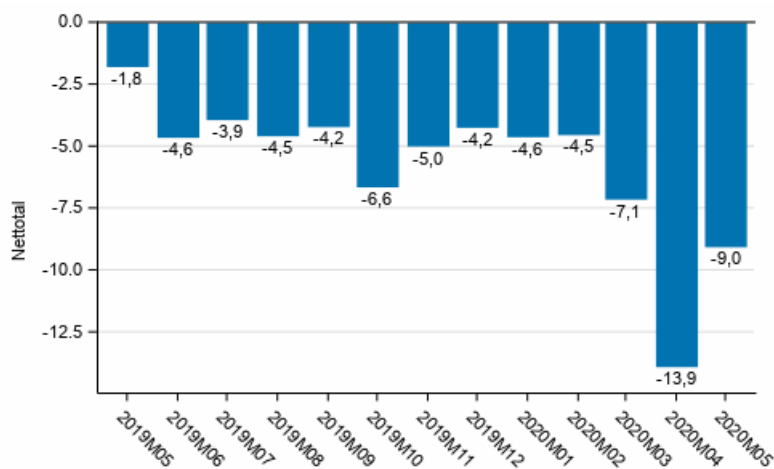
# Konsumenternas förtroende

2020, maj

## Konsumenternas förtroende återhämtade sig något i maj

Konsumenternas förtroendeindikator var i maj -9,0 medan den i april var -13,9 och i mars -7,1. I maj i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -1,8. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,7. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–18 maj av 1 175 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.

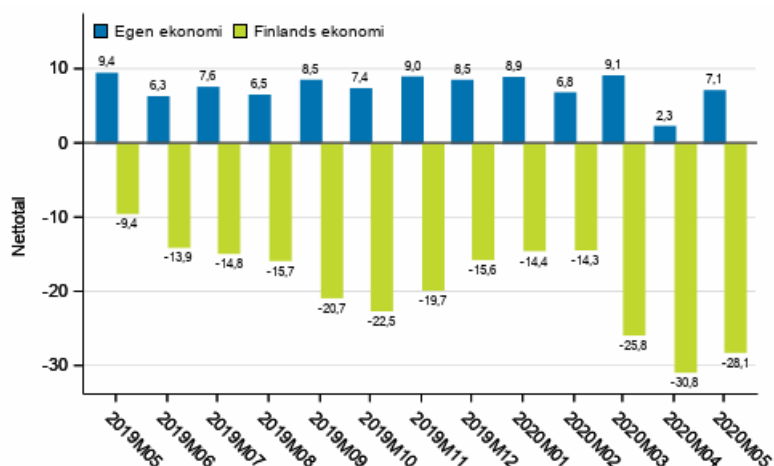
### Konsumenternas förtroendeindikator



Alla de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förstärktes i maj jämfört med april. Visserligen förbättrades förväntningarna på Finlands ekonomi bara något. Jämfört med motsvarande period i fjol försvagades däremot alla delfaktorer.

I maj var konsumenternas bild av den ekonomiska utvecklingen i Finland fortfarande dyster och nära de historiska bottensiffrorna för åren 2008–2009. Däremot var konsumenternas syn på den egna ekonomin i nuläget och särskilt inom den närmaste framtiden i maj bara något under långtidsmedelvärdet. Dessutom hann planerna på att använda pengar på kapitalvaror redan på en månad återgå till sin genomsnittliga nivå.

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



Också konsumenternas förväntningar på utvecklingen av arbetslöshetssituationen i Finland förbättrades i maj, men förväntningarna var fortfarande på en dyster nivå. Samma gällde sysselsatta konsumenters, dvs. löntagarnas och företagarnas upplevda risk för att själva råka ut för arbetslöshet vid intervjutidpunkten. Konsumenternas syn på hur konsumentpriserna kommer att stiga var oförändrad i maj.

I maj uppskattade konsumenterna att den egna ekonomin fortsättningsvis är utmärkt. Konsumenterna ansåg att tidpunkten rentav var mycket dålig för att spara, ta lån och köpa kapitalvaror. Också dessa uppskattningar förbättrades dock från månaden innan. Liksom i april funderade ett betydande antal i maj på att ta lån och köpa bostad under de följande 12 månaderna.

### Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I maj var förtroendet för ekonomin starkast i Södra och Västra Finland (förtroendeindikatorn -6,7 och -7,3). Bland befolkningsgrupperna var studerande (1,2) de mest optimistiska. Klart mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärerna (-20,0). När det gäller företagare fick förtroendeindikatorn värdet -15,2 i maj.

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

## 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**

Av konsumenterna uppskattade rentav 87 procent i maj att Finlands ekonomi just nu är sämre än för ett år sedan och bara 3 procent ansåg att den är bättre. I april var andelarna 82 och 4 procent. Tjugoen procent av konsumenterna bedömde i maj att den egna ekonomin för närvarande är sämre än för ett år sedan. Något fler, dvs. 24 procent, ansåg att den egna ekonomin är bättre än för ett år sedan. För en månad sedan var dessa andelar 21 och 20 procent.

I maj trodde 26 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 57 procent för sin del att landets ekonomi försämras. I april var motsvarande andelar 27 och 61 procent.

I maj litade 27 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 17 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I april var motsvarande andelar mer pessimistiska: 24 och 21 procent.

## **Arbetslöshet och inflation**

I maj litade 16 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten minskar under det följande året och 72 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var ännu mer dystra i april: 10 och 82 procent.

Av de sysselsatta upplevde 35 procent i maj att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa. Av de sysselsatta antog 4 procent att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 40 procent antog att risken ökat. För en månad sedan var dessa tre andelar 33, 2 och 41 procent.

I maj bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,4 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,9 procent.

## **Sparande och låntagning**

Av konsumenterna bedömde 43 procent i maj att det är fördelaktigt att spara. I april var andelen 40 procent. Sextiotvå procent av konsumenterna hade sparat i maj och 76 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I maj ansåg 37 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Månaden innan var andelen bara 28 procent. Fortfarande fler än vanligt, dvs. 17 procent av konsumenterna, planerade i maj att ta lån inom ett år.

## **Köp av kapitalvaror**

Av konsumenterna ansåg 30 procent i maj att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. I april var andelen bara 20 procent. Fjorton procent av konsumenterna avsåg i maj att öka och 35 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året. I april var dessa två andelar klart svagare: 9 och 46 procent.

I maj planerade bara 13 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil inom ett år. Planer angående bostaden – utöver låntagning – var däremot fortfarande på en god nivå. I maj planerade 15 procent av konsumenterna att köpa bostad. Långtidsmedelvärdet är 13 procent. I maj planerade 20 procent av konsumenterna att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

## 2. 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 pannedesign: 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 maj 2020 erhöles svar från 1 175 personer. Av svaren 76 procent kom från webblanketten. Bortfallet av svar var 46,1 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 viktcoefficients. 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-	05/2019	04/2020	05/2020	Utsikter <sup>2)</sup>
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,7	6,8	-13,9	-1,8	-13,9	-9,0	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,1	8,6	-5,3	7,9	-0,3	1,5	-
- Bättre (%)	.	.	.	29,9	20,2	24,4	
- Sämre (%)	.	.	.	17,5	20,8	20,6	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,0	13,5	1,2	9,4	2,3	7,1	-
- Bättre (%)	.	.	.	28,6	23,6	26,9	
- Sämre (%)	.	.	.	13,0	20,6	16,9	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-5,9	25,9	-66,5	5,7	-59,8	-64,8	--
- Bättre (%)	.	.	.	29,2	4,0	3,2	
- Sämre (%)	.	.	.	18,0	82,5	86,8	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-1,8	20,3	-32,8	-9,4	-30,8	-28,1	--
- Bättre (%)	.	.	.	13,8	27,1	25,6	
- Sämre (%)	.	.	.	30,8	61,0	56,7	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,6	2,1	1,8	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,9	5,3	1,7	2,4	2,4	2,4	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,3	20,3	-59,5	-4,0	-55,1	-40,6	--
- Mindre (%)	.	.	.	23,6	10,2	16,5	
- Mera (%)	.	.	.	30,2	82,0	72,3	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-5,9	4,7	-26,6	-2,6	-26,6	-24,5	--
- Minskat (%)	.	.	.	9,2	2,3	3,8	
- Ökat (%)	.	.	.	14,6	41,3	40,5	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,7	43,5	-14,3	20,1	-14,3	6,5	--
- Bra tid (%)	.	.	.	31,0	20,4	29,6	
- Dålig tid (%)	.	.	.	10,9	34,7	23,1	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,3	29,4	-28,5	22,1	-12,0	-6,2	-
- Bra tid (%)	.	.	.	67,4	39,7	43,2	
- Dålig tid (%)	.	.	.	31,4	59,2	55,4	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,7	31,7	-60,4	17,1	-29,1	-16,6	--
- Bra tid (%)	.	.	.	64,5	28,1	36,8	
- Dålig tid (%)	.	.	.	33,7	69,8	61,7	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	21,5	31,0	6,4	31,0	29,4	27,5	++
- Sparar (%)	.	.	.	63,1	62,4	61,7	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	9,1	10,6	11,6	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,7	53,6	9,8	51,5	41,9	45,6	+
- Kan spara (%)	.	.	.	77,8	73,9	75,7	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	22,1	25,6	24,1	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,4	21,1	10,5	17,2	16,9	17,1	+
- Ja, säkert (%)	.	.	.	4,7	3,8	4,1	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	05/2019	04/2020	05/2020	Utsikter <sup>2)</sup>
- Eventuellt (%)	.	.	.	12,5	13,1	13,1	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (netttotal)	-16,3	-9,7	-26,7	-15,0	-26,7	-16,6	=
- Mera (%)	.	.	.	14,5	9,2	14,1	
- Mindre (%)	.	.	.	34,2	45,5	35,2	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,3	19,2	10,1	17,4	11,6	12,9	-
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	6,3	3,1	3,9	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	11,1	8,5	9,1	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,6	16,5	9,1	12,8	12,4	14,9	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	4,0	4,0	3,8	
- Eventuellt (%)	.	.	.	8,8	8,4	11,1	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	17,4	26,0	8,1	22,6	16,9	20,1	+
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	9,0	5,5	6,4	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	13,6	11,4	13,6	

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.

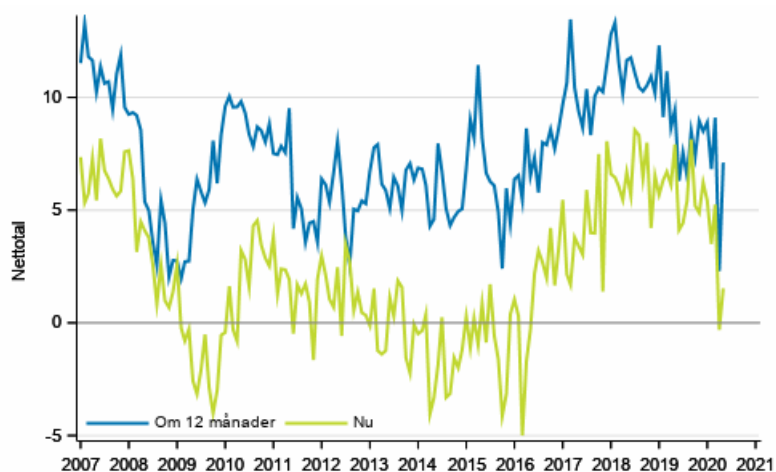
# Figurbilagor

## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

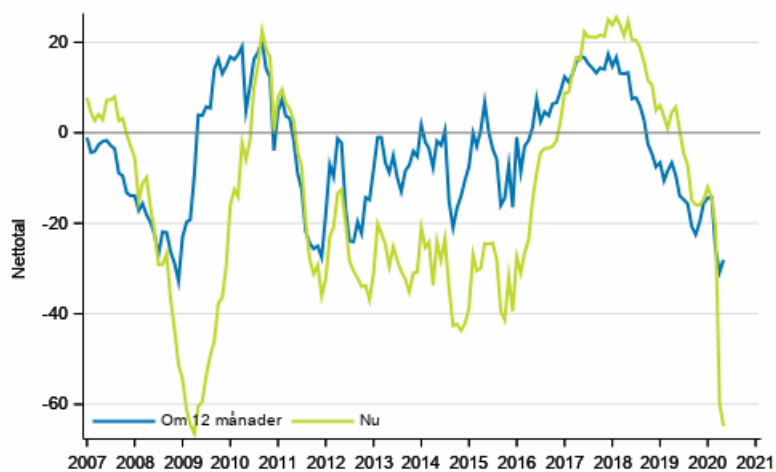


1) medeltal 10/1995 - 05/2020

## Figurbilaga 2. Egen ekonomi



## Figurbilaga 3. Finlands ekonomi

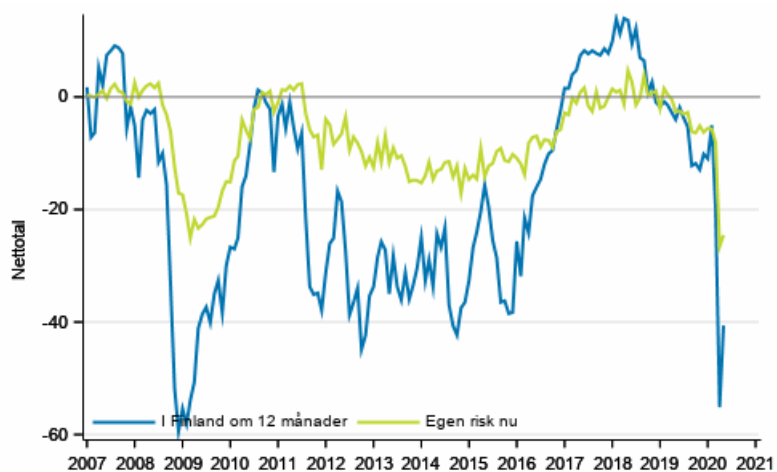




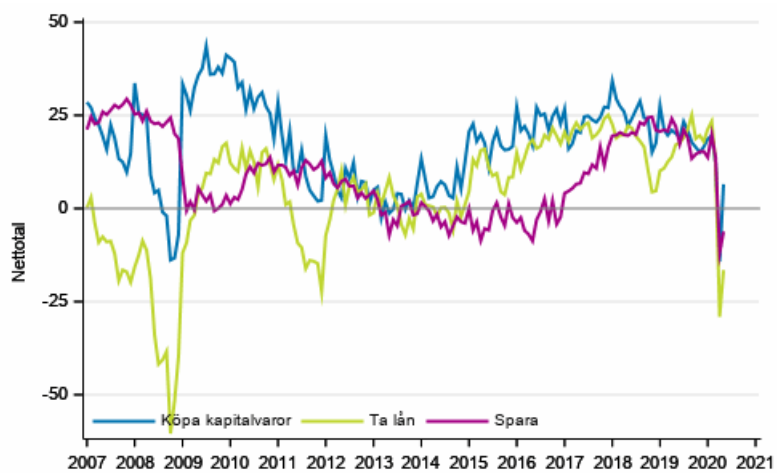
**Figurbilaga 4. Inflation**



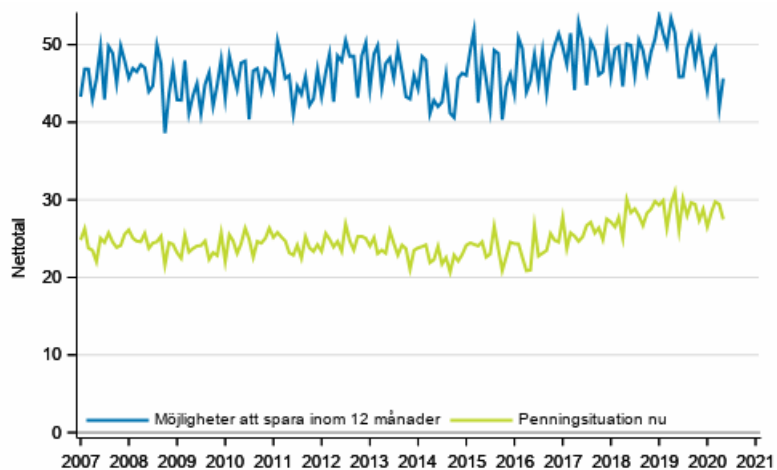
**Figurbilaga 5. Arbetslöshet**



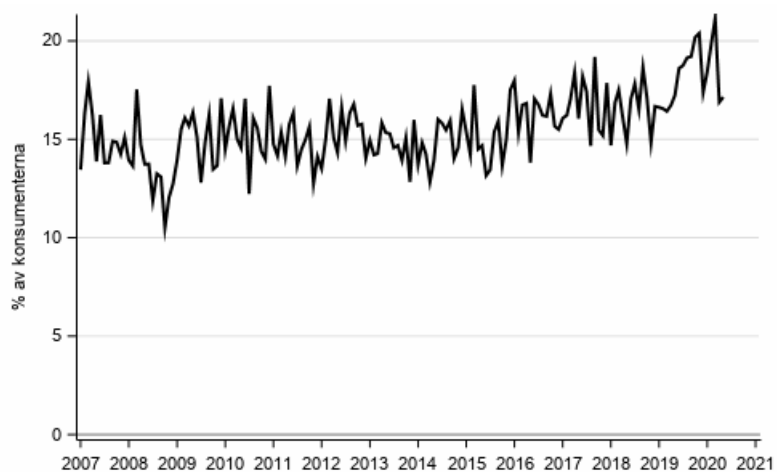
**Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att**



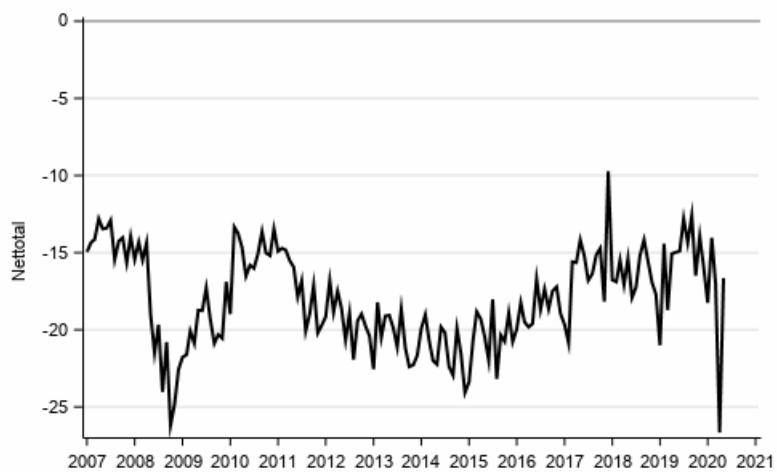
**Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara**



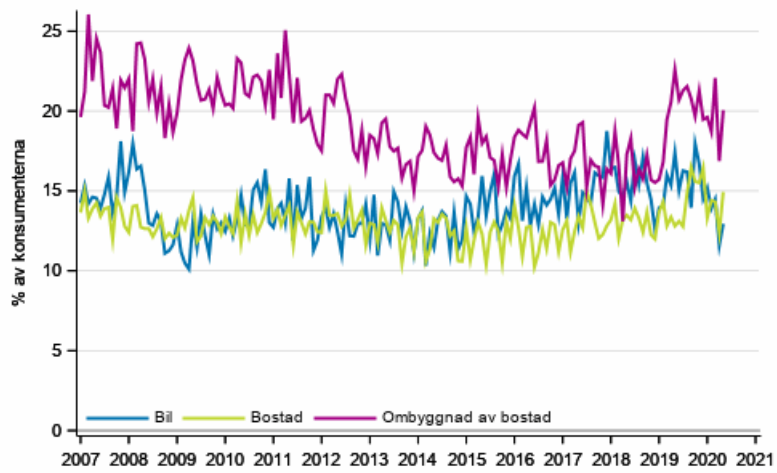
**Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader**



**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, maj, Statistikcentralen