

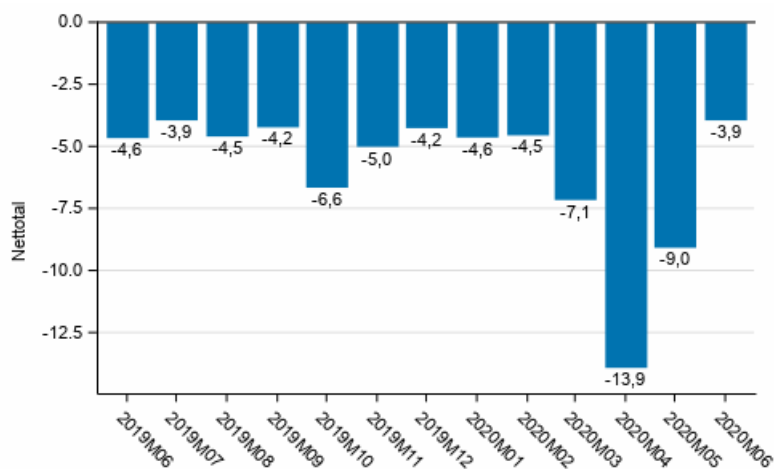
Konsumenternas förtroende

2020, juni

Konsumenternas förtroende återhämtade sig ytterligare i juni

Konsumenternas förtroendeindikator var i juni -3,9 medan den i maj var -9,0 och i april -13,9. I juni i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -4,6. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–17 juni av 1 100 personer bosatta i Finland.

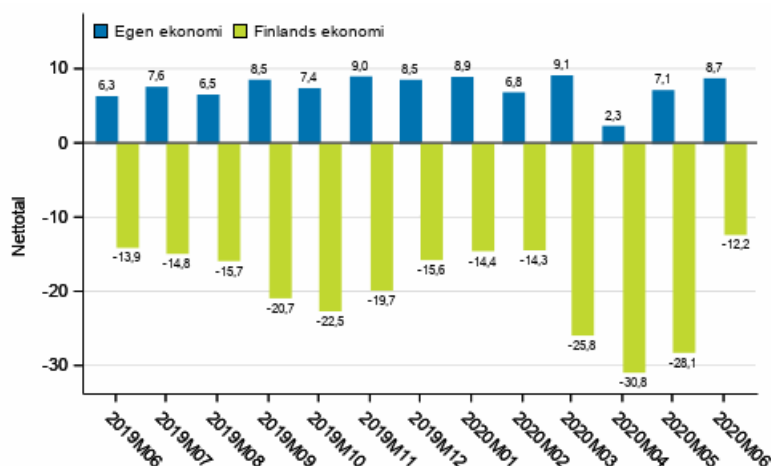
Konsumenternas förtroendeindikator



Alla de fyra delfaktorena i konsumenternas förtroendeindikator förstärktes i juni jämfört med maj. Tydligast förbättrades förväntningarna på Finlands ekonomi om 12 månader. Också jämfört med motsvarande period i fjol var förväntningarna på Finlands ekonomi och även på den egna ekonomin nu ljusare. Däremot var synen på den egna ekonomiska situationen i nuläget något sämre i juni än för ett år sedan, och planerna på att använda pengar på kapitalvaror var oförändrade jämfört med året innan.

I juni var konsumenternas bild av den ekonomiska utvecklingen i Finland fortfarande svag. Däremot motsvarade konsumenternas syn på den egna ekonomin i nuläget och inom den närmaste framtiden ungefär långtidsmedelvärdet. Dessutom var planerna på att använda pengar på kapitalvaror redan på en rätt så lovande nivå i juni.

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



Också konsumenternas förväntningar på utvecklingen av arbetslöshetssituationen i Finland förbättrades avsevärt i juni, men förväntningarna var fortfarande på en dyster nivå. Samma sak kunde noteras när det gäller sysselsatta konsumenters, dvs. löntagares och företagares risk för att själva råka ut för arbetslöshet. Konsumenternas syn på hur konsumentpriserna kommer att stiga var oförändrad i juni.

I juni uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen fortsättningsvis är utmärkt. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var någorlunda bra för att spara, men dålig för att köpa kapitalvaror och särskilt för att ta lån. Också dessa uppskattningar förbättrades klart från månaden innan. Liksom under tidigare månader funderade påfallande många i juni på att ta lån och köpa bostad under de följande 12 månaderna.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I juni var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn -2,4) och svagast i övriga delar av Södra Finland (-5,0). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän (0,8) och arbetare (0,7) de mest optimistiska. Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärer (-12,4), och arbetslösa (-7,4). När det gäller företagare fick förtroendeindikatorn värdet -1,0 i juni.

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.....	5
2. Metoden för undersökningen om konsumenternas förtroende.....	6

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 fortfarande rentav 86 procent i juni att Finlands ekonomi just nu är sämre än för ett år sedan och bara 3 procent ansåg att den är bättre. Andelarna var i maj ungefär desamma: 87 och 3 procent. Nitton procent av konsumenterna bedömde i juni 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 24 procent.

I juni trodde 32 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 43 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var dystrare i maj: 26 och 57 procent.

I juni litade 27 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 13 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I maj var motsvarande andelar något svagare: 27 och 17 procent.

Arbetslöshet och inflation

I juni litade 24 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten minskar under det följande året och 57 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var något dystrare i maj: 16 och 72 procent.

Av de sysselsatta upplevde 36 procent i juni att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa. Av de sysselsatta antog 3 procent att risken för arbetslöshet minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 37 procent antog att risken ökat. För en månad sedan var dessa tre andelar 35, 4 och 40 procent.

I juni 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 50 procent i juni att det är fördelaktigt att spara. I maj var andelen 43 procent. Sextiofyra procent av konsumenterna hade sparat i juni och 77 procent trodde att de kan spara under det följande året. För ett år sedan var dessa två andelar 58 och 76 procent.

I juni ansåg 43 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Månaden innan var andelen 37 procent. I juni planerade fortfarande fler än vanligt, dvs. 17 procent av konsumenterna, att ta lån inom ett år.

Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna ansåg 33 procent i juni att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. I maj var andelen 30 procent. Fjorton procent av konsumenterna avsåg i juni att öka och 34 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året.

I juni planerade fortfarande bara 13 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil inom de följande 12 månaderna. Planer angående bostaden – utöver låntagning – var liksom under föregående månader på en god nivå. I juni planerade 15 procent av konsumenterna att köpa bostad inom ett år. Långtidsmedelvärdet är 13 procent. Dessutom planerade 19 procent av konsumenterna i juni 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 juni 2020 erhöles svar från 1 100 personer. Av svaren 73 procent kom från webblanketten. Bortfallet av svar var 49,7 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-	06/2019	05/2020	06/2020	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,8	6,8	-13,9	-4,6	-9,0	-3,9	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,1	8,6	-5,3	4,1	1,5	2,8	=
- Bättre (%)	.	.	.	26,1	24,4	24,3	
- Sämre (%)	.	.	.	19,3	20,6	19,1	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,0	13,5	1,2	6,3	7,1	8,7	+
- Bättre (%)	.	.	.	26,3	26,9	27,1	
- Sämre (%)	.	.	.	15,3	16,9	13,0	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-6,1	25,9	-66,5	0,5	-64,8	-62,9	--
- Bättre (%)	.	.	.	22,4	3,2	2,8	
- Sämre (%)	.	.	.	20,9	86,8	85,8	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-1,8	20,3	-32,8	-13,9	-28,1	-12,2	-
- Bättre (%)	.	.	.	14,0	25,6	31,9	
- Sämre (%)	.	.	.	38,5	56,7	42,6	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,7	1,8	1,9	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,9	5,3	1,7	2,9	2,4	2,4	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,3	20,3	-59,5	-1,9	-40,6	-22,4	-
- Mindre (%)	.	.	.	26,3	16,5	24,2	
- Mera (%)	.	.	.	28,1	72,3	56,7	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-6,0	4,7	-26,6	-2,5	-24,5	-21,7	--
- Minskat (%)	.	.	.	7,2	3,8	3,5	
- Ökat (%)	.	.	.	12,3	40,5	36,8	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,7	43,5	-14,3	19,1	6,5	13,7	-
- Bra tid (%)	.	.	.	29,0	29,6	33,0	
- Dålig tid (%)	.	.	.	9,9	23,1	19,4	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,3	29,4	-28,5	17,3	-6,2	2,1	=
- Bra tid (%)	.	.	.	63,9	43,2	49,6	
- Dålig tid (%)	.	.	.	34,4	55,4	49,0	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,6	31,7	-60,4	17,6	-16,6	-8,1	--
- Bra tid (%)	.	.	.	63,8	36,8	43,4	
- Dålig tid (%)	.	.	.	34,4	61,7	54,5	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	21,6	31,0	6,4	26,2	27,5	29,2	++
- Sparar (%)	.	.	.	57,7	61,7	64,2	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	10,5	11,6	11,1	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,7	53,6	9,8	45,9	45,6	46,5	+
- Kan spara (%)	.	.	.	75,8	75,7	76,5	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	24,2	24,1	23,4	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,4	21,1	10,5	18,6	17,1	16,7	+
- Ja, säkert (%)	.	.	.	5,6	4,1	5,3	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	06/2019	05/2020	06/2020	Utsikter ²⁾
- Eventuellt (%)	.	.	.	13,0	13,1	11,3	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal)	-16,3	-9,7	-26,7	-14,9	-16,6	-14,9	+
- Mera (%)	.	.	.	13,2	14,1	13,6	
- Mindre (%)	.	.	.	32,7	35,2	33,7	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,3	19,2	10,1	15,0	12,9	12,8	-
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	5,4	3,9	4,7	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	9,7	9,1	8,1	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,6	16,5	9,1	13,1	14,9	14,6	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	3,9	3,8	4,3	
- Eventuellt (%)	.	.	.	9,2	11,1	10,2	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	17,4	26,0	8,1	20,7	20,1	18,7	+
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	7,9	6,4	7,0	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	12,9	13,6	11,7	

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.

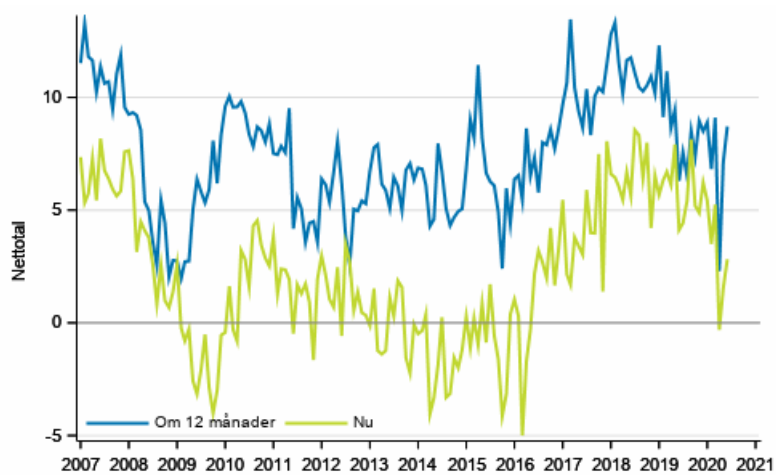
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

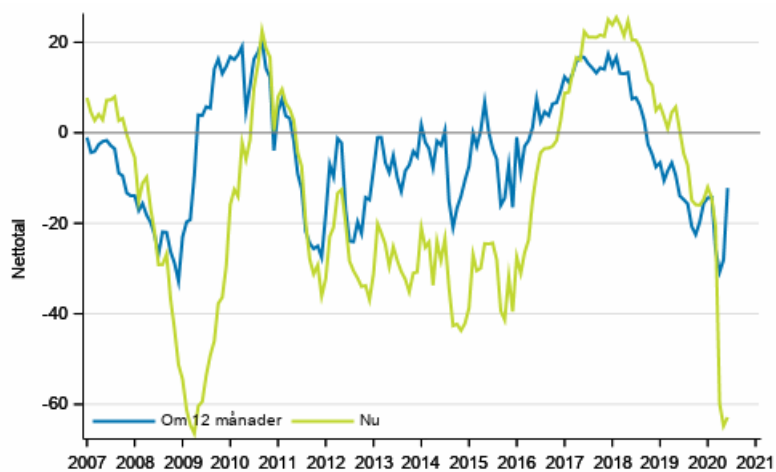


1) medeltal 10/1995 - 06/2020

Figurbilaga 2. Egen ekonomi



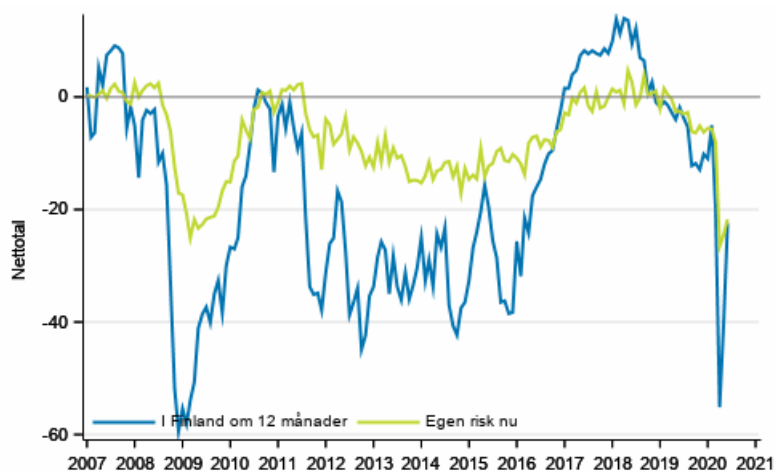
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



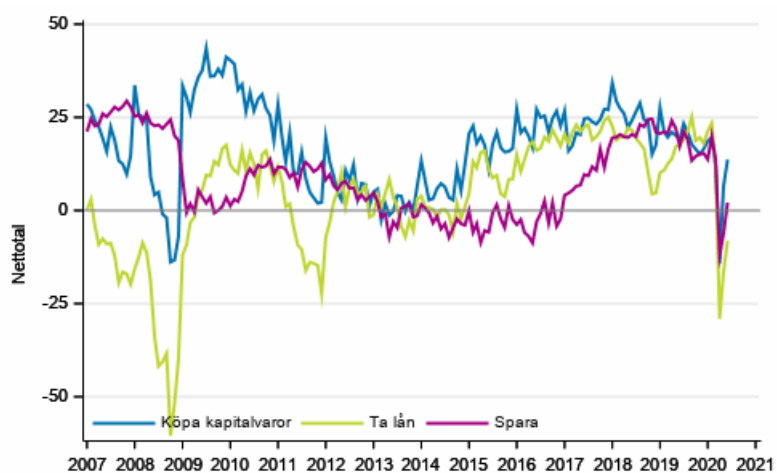
Figurbilaga 4. Inflation



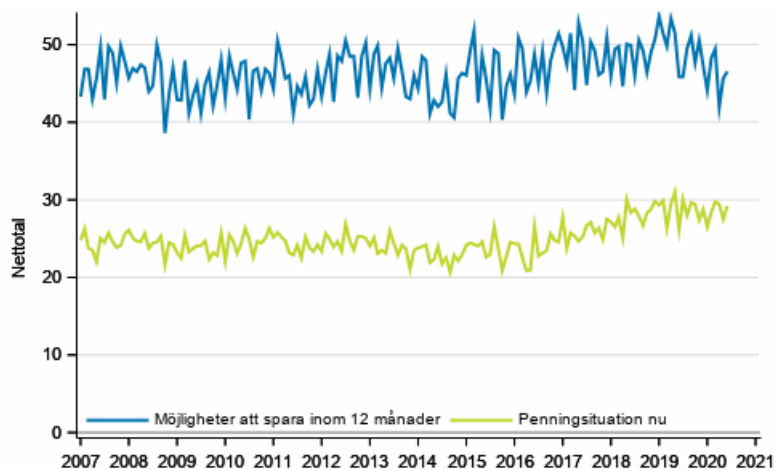
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



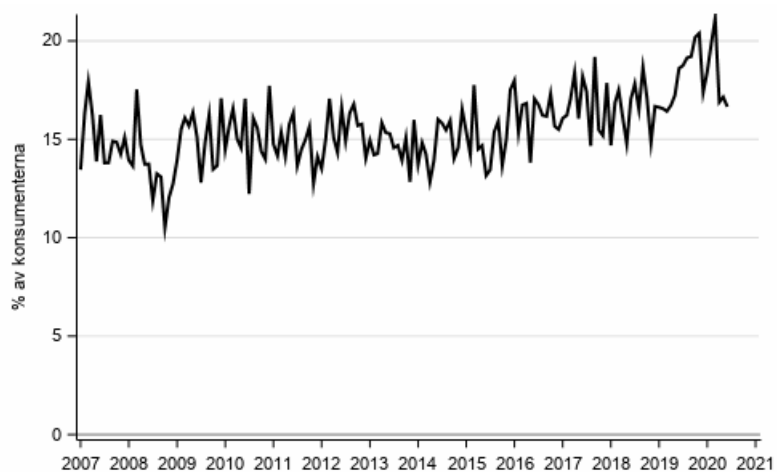
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



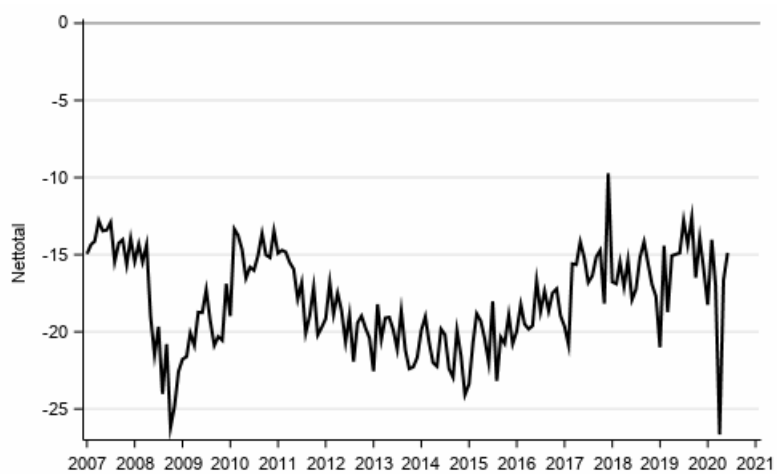
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



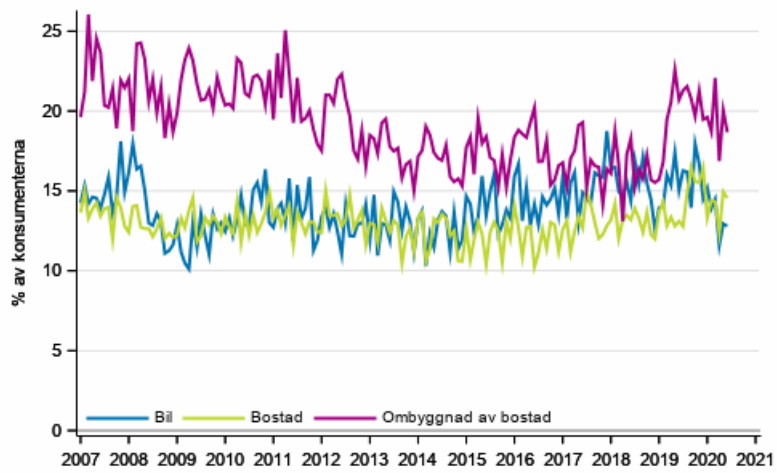
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



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, juni. Statistikcentralen