

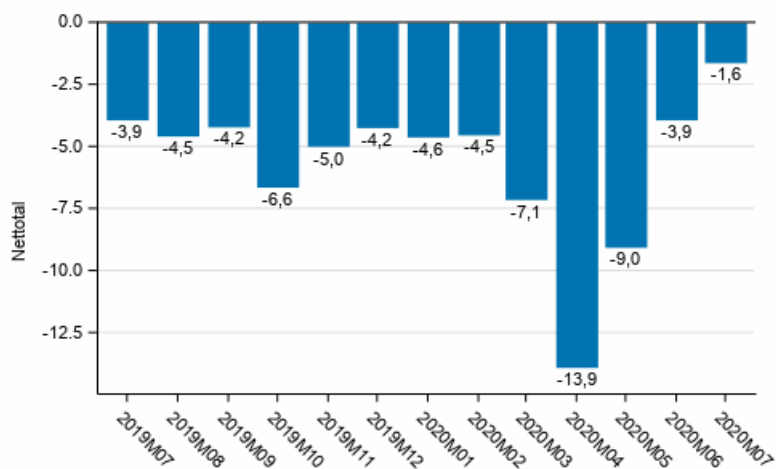
# Konsumenternas förtroende

2020, juli

## Konsumenternas förtroende redan högre än sitt medelvärde – stora inköp lockar

Konsumenternas förtroendeindikator var i juli -1,6, då den i juni var -3,9 och i maj -9,0. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,8. I juli i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -3,9. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–19 juli av 1 034 personer bosatta i Finland.

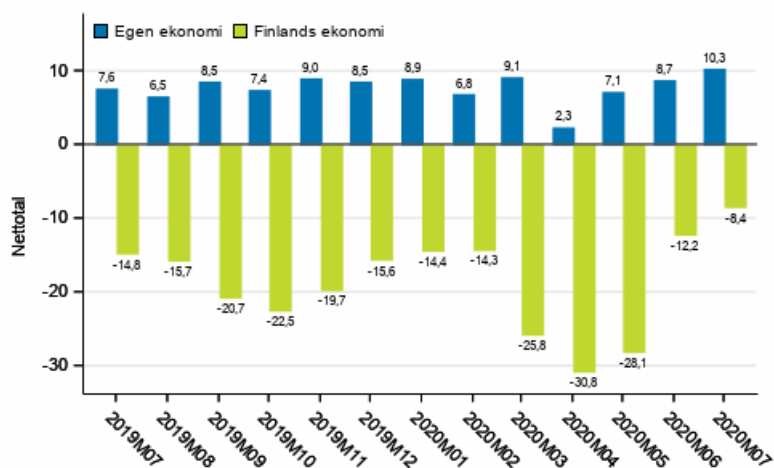
### Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förstärktes förväntningarna på den egna ekonomin och Finlands ekonomi i juli jämfört med juni. Därtill ökade planerna på att använda pengar på kapitalvaror. Konsumenternas syn på nuläget i den egna ekonomin var oförändrad. Också jämfört med motsvarande period i fjol var förväntningarna på ekonomin nu ljusare och planerna på att konsumera var fler. Däremot var synen på den egna ekonomin i nuläget sämre i juli än för ett år sedan.

I juli var konsumenternas bild av den ekonomiska utvecklingen i Finland fortfarande svag. Däremot var förväntningarna på den egna ekonomin inom den närmaste framtiden redan ganska ljusa och uppfattningen om dess nuläge motsvarade synen på långtidsmedelvärdet. Dessutom var planerna på att använda pengar på kapitalvaror redan på en god nivå i juli.

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



Också konsumenternas förväntningar på utvecklingen av den allmänna arbetslöshetssituationen förbättrades ytterligare i juli, men var fortfarande på en ganska dyster nivå. Bland sysselsatta konsumenter, dvs. löntagare och företagare, upplevde man i stor omfattning risk för att själv råka ut för arbetslöshet och den hade inte minskat på en månad. Konsumenternas syn på den kommande stegringen av konsumentpriserna var i stort sett oförändrad i juli.

I juli uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen fortsättningsvis är utmärkt. Konsumenterna upplevde tidpunkten som någorlunda för att köpa kapitalvaror och spara, men som dålig för att ta lån. Bedömningarna förbättrades klart på en månad. Liksom under föregående månader planerade dessutom fler konsumenter än vanligt i juli att ta lån och rekordmånga planerade att köpa bostad under de följande 12 månaderna. Det fanns också omfattande planer på att renovera hemmet och köpa personbil.

### Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I juli var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn 2,0) och svagast i Västra Finland (-3,8). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de klart mest optimistiska (7,2). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärerna (-10,7). Av företagen fick förtroendeindikatorn i juli värdet -6,1.

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
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**

I juli bedömde fortfarande så många som 83 procent av konsumenterna att Finlands ekonomi för närvarande är sämre än för ett år sedan och bara 4 procent ansåg att den är bättre. I juni var andelarna 86 och 3 procent. Av konsumenterna uppskattade 20 procent i juli att den egna ekonomin för närvarande är sämre än för ett år sedan. Något fler, dvs. 25 procent, ansåg att den egna ekonomin var starkare än året innan.

I juli trodde 32 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 39 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var månaden innan 32 och 43 procent och för ett år sedan i juli 13 och 37 procent.

I juli litade 28 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras medan 11 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I juni var motsvarande andelar 27 och 13 procent och för ett år sedan 28 och 16 procent.

## **Arbetslöshet och inflation**

I juli litade 24 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten minskar under det följande året och 53 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i juni 24 och 57 procent och för ett år sedan 24 och 30 procent.

I juli upplevde 36 procent de sysselsatta 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 35 procent antog att risken ökat. En månad tidigare var dessa tre andelar ungefär desamma, dvs. 36, 3 och 37 procent.

I juli bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,3 procent under de följande 12 månaderna. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,9 procent.

## **Sparande och låntagning**

Av konsumenterna bedömde 51 procent i juli att det är fördelaktigt att spara. Under motsvarande period i fjol var andelen 67 procent. Sextiotre procent av konsumenterna hade sparat i juli och 77 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I juli ansåg 51 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. En månad tidigare var denna andel 43 procent och året innan 65 procent. I juli planerade fortfarande klart fler än vanligt, dvs. 19 procent av konsumenterna, att ta lån inom ett år.

## **Penninganvändning**

Av konsumenterna ansåg 35 procent i juli att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Sexton procent av konsumenterna avsåg i juli att öka och 29 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året. I juni var dessa tre andelar 33, 14 och 34 procent.

I juli planerade fler än vanligt, dvs. 18 procent av konsumenterna, att säkert eller eventuellt köpa bil under de följande 12 månaderna. Liksom under tidigare månader nådde också bostadsplanerna – utöver planerna att ta lån – en god nivå: Fler än någonsin, dvs. 17 procent av konsumenterna, övervägde i juli att köpa bostad inom ett år. Långtidsmedelvärdet är 13 procent. I juli planerade dessutom väldigt många, dvs. 23 procent av konsumenterna, att inom ett år spendera pengar på renovering av bostaden.

## 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 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 juli 2020 erhöles svar från 1 034 personer. Av svaren 76 procent kom från webblanketten. Bortfallet av svar var 52,7 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 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-	07/2019	06/2020	07/2020	Utsikter <sup>2)</sup>
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,8	6,8	-13,9	-3,9	-3,9	-1,6	=
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,1	8,6	-5,3	4,4	2,8	2,8	=
- Bättre (%)	.	.	.	26,9	24,3	25,3	
- Sämre (%)	.	.	.	18,5	19,1	19,6	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,0	13,5	1,2	7,6	8,7	10,3	+
- Bättre (%)	.	.	.	28,1	27,1	28,4	
- Sämre (%)	.	.	.	15,8	13,0	10,9	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-6,3	25,9	-66,5	-4,5	-62,9	-57,9	--
- Bättre (%)	.	.	.	17,8	2,8	3,5	
- Sämre (%)	.	.	.	24,8	85,8	83,2	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-1,8	20,3	-32,8	-14,8	-12,2	-8,4	-
- Bättre (%)	.	.	.	12,5	31,9	31,7	
- Sämre (%)	.	.	.	37,2	42,6	39,1	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,7	1,9	2,0	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,9	5,3	1,7	2,8	2,4	2,3	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,3	20,3	-59,5	-3,7	-22,4	-19,6	-
- Mindre (%)	.	.	.	24,1	24,2	23,9	
- Mera (%)	.	.	.	29,7	56,7	53,2	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-6,0	4,7	-26,6	-3,1	-21,7	-21,1	--
- Minskat (%)	.	.	.	7,6	3,5	4,1	
- Ökat (%)	.	.	.	13,7	36,8	34,9	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,7	43,5	-14,3	23,3	13,7	19,2	=
- Bra tid (%)	.	.	.	33,1	33,0	34,9	
- Dålig tid (%)	.	.	.	9,8	19,4	15,8	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,3	29,4	-28,5	21,2	2,1	4,6	=
- Bra tid (%)	.	.	.	66,9	49,6	51,3	
- Dålig tid (%)	.	.	.	31,9	49,0	46,8	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,6	31,7	-60,4	19,0	-8,1	1,5	-
- Bra tid (%)	.	.	.	65,2	43,4	50,8	
- Dålig tid (%)	.	.	.	32,9	54,5	46,7	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	21,6	31,0	6,4	30,1	29,2	30,1	++
- Sparar (%)	.	.	.	61,0	64,2	63,0	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	8,5	11,1	10,7	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,8	53,6	9,8	45,9	46,5	48,7	+
- Kan spara (%)	.	.	.	75,9	76,5	77,2	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	23,7	23,4	22,4	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,4	21,1	10,5	18,7	16,7	18,6	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	5,8	5,3	4,4	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	07/2019	06/2020	07/2020	Utsikter <sup>2)</sup>
- Eventuellt (%)	.	.	.	13,0	11,3	14,2	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (netttotal)	-16,3	-9,7	-26,7	-12,8	-14,9	-10,9	++
- Mera (%)	.	.	.	16,6	13,6	16,3	
- Mindre (%)	.	.	.	32,1	33,7	28,5	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,3	19,2	10,1	16,3	12,8	17,9	++
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	7,5	4,7	5,3	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	8,7	8,1	12,6	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,6	17,1	9,1	12,8	14,6	17,1	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	3,6	4,3	5,2	
- Eventuellt (%)	.	.	.	9,2	10,2	11,9	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	17,4	26,0	8,1	21,3	18,7	22,9	++
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	6,8	7,0	9,3	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	14,5	11,7	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.



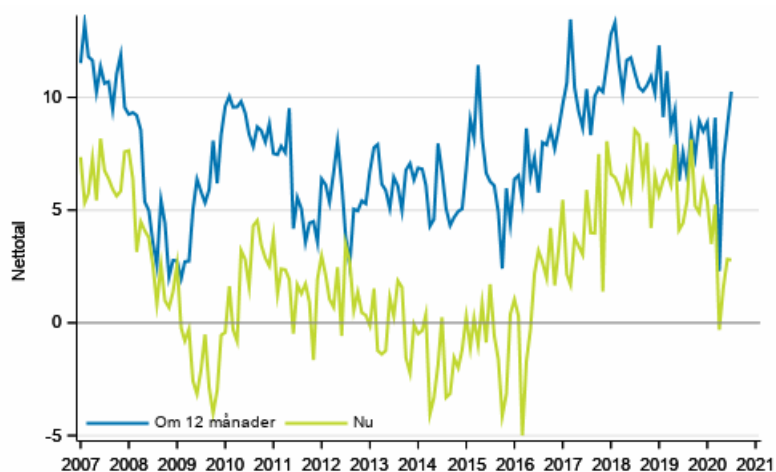
# Figurbilagor

## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

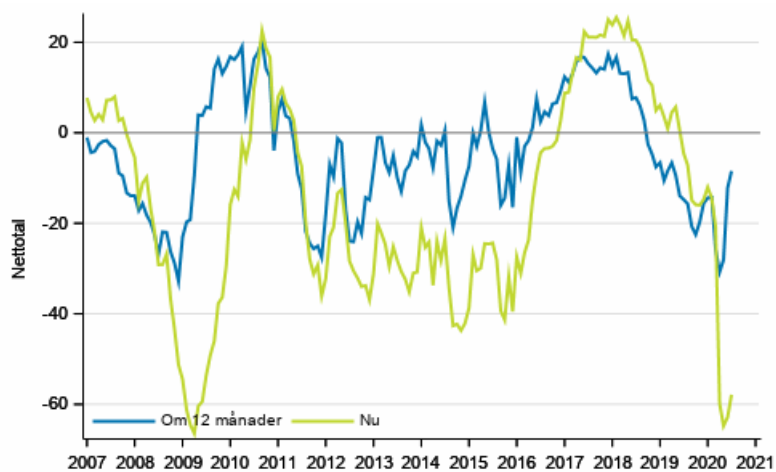


1) medeltal 10/1995 - 07/2020

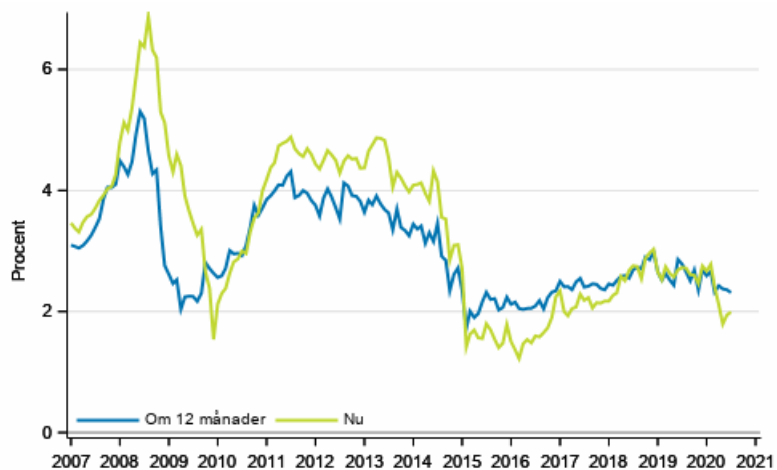
## Figurbilaga 2. Egen ekonomi



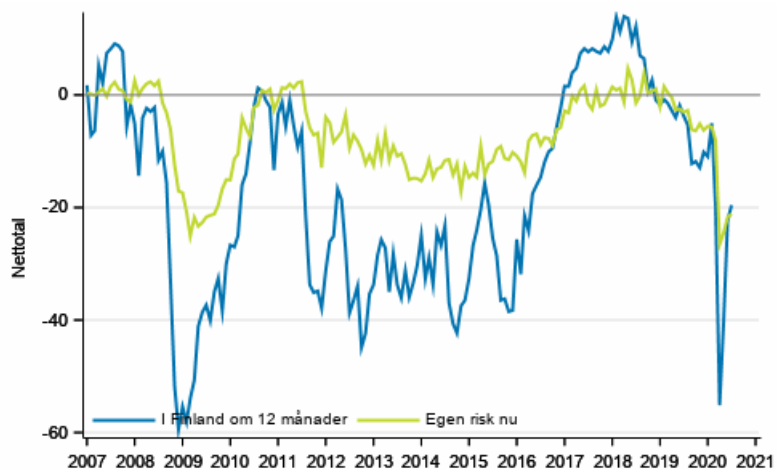
## Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



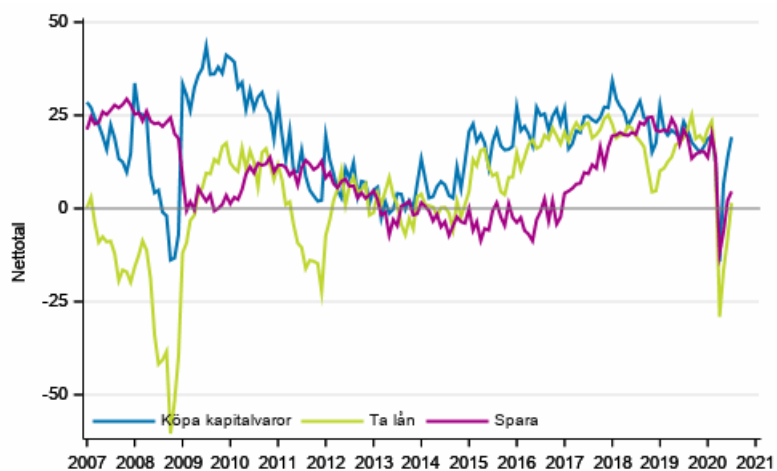
**Figurbilaga 4. Inflation**



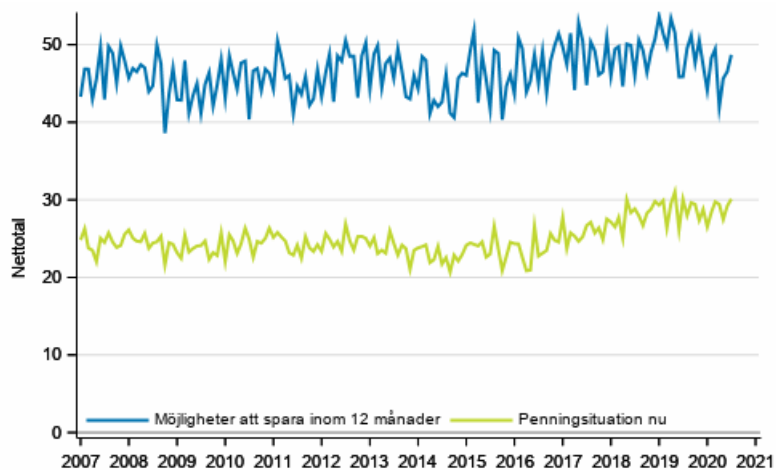
**Figurbilaga 5. Arbetslöshet**



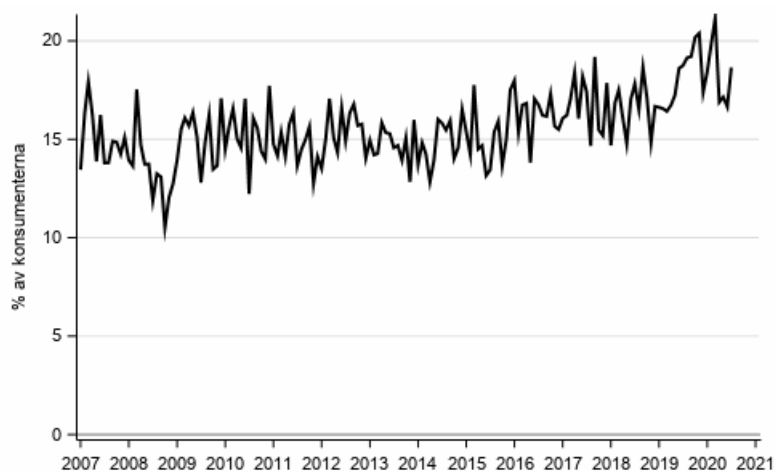
**Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att**



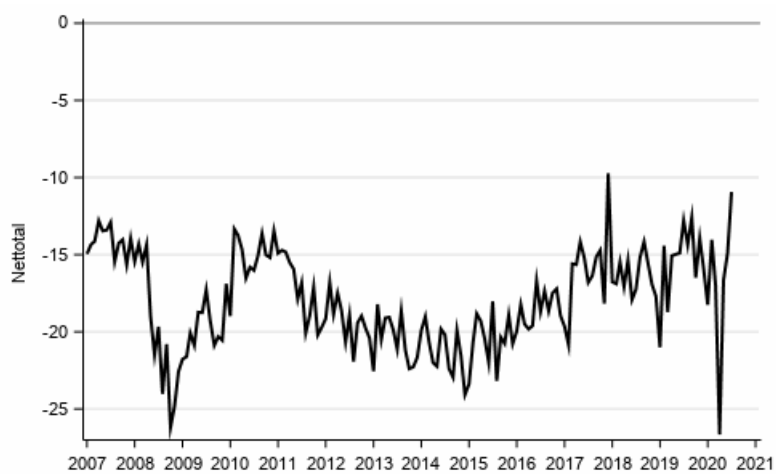
**Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara**



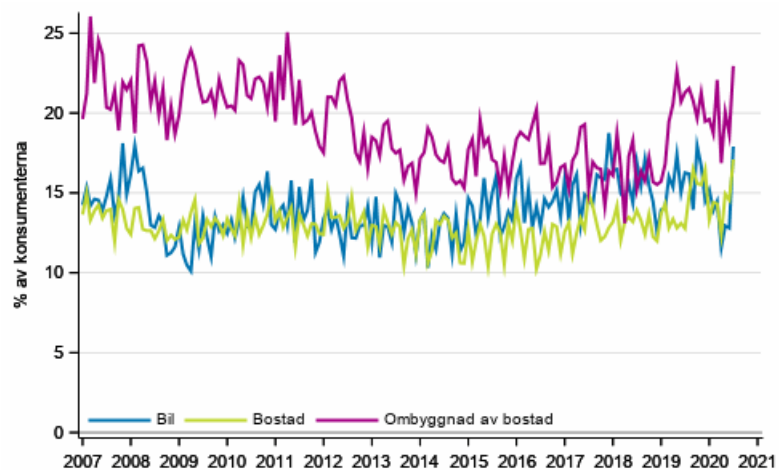
**Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader**



**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  
Ansvarig statistikdirektör:  
Jari Tarkoma

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

Källa: Konsumenternas förtroende 2020, juli. Statistikcentralen