

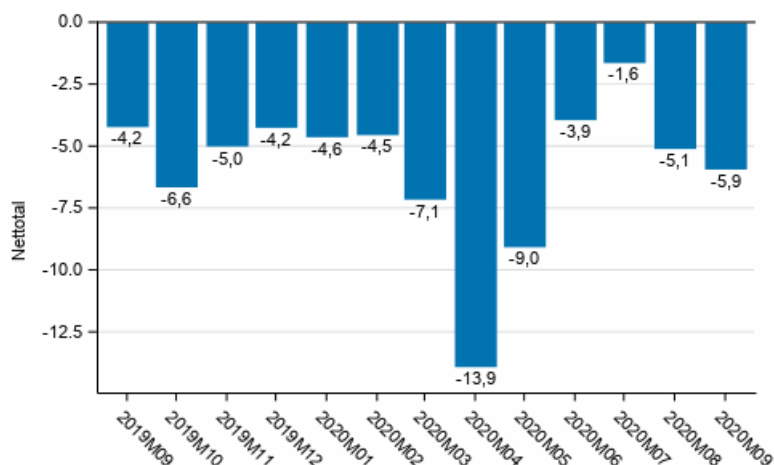
# Konsumenternas förtroende

2020, september

## Konsumenternas syn på arbetslöshetsutvecklingen blev dystrare – planerna på att köpa bostad och ta lån fler än någonsin

Konsumenternas förtroendeindikator var i september -5,9, då den i augusti var -5,1 och i juli -1,6. I september i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -4,2. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–20 september av 1 112 personer bosatta i Finland.

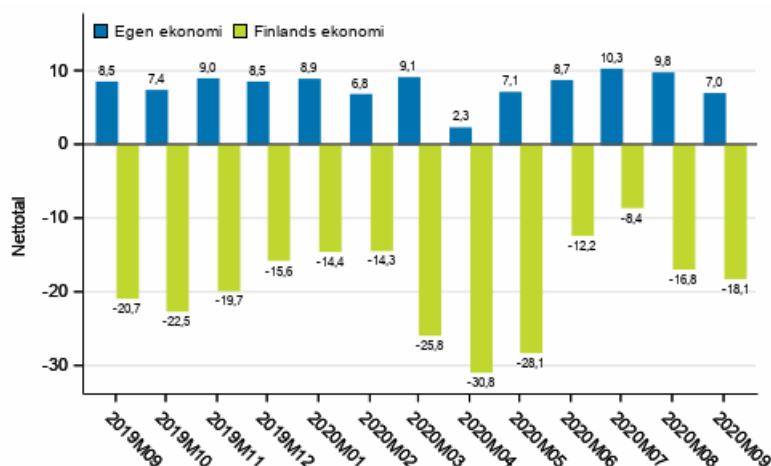
### Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator var det bara förväntningarna på konsumenternas egen nuvarande ekonomi som förbättrades i september jämfört med augusti. Övriga delfaktorer försvagades något. Jämfört med motsvarande period i fjol förbättrades bara förväntningarna på Finlands ekonomi något i september, medan de övriga delfaktorerna visade en sämre riktning på årsnivå.

I september var konsumenternas bild av den ekonomiska utvecklingen i Finland fortfarande dystert. Också förväntningarna på den egna ekonomin inom den närmaste framtiden var svaga, men uppfattningen om dess nuläge motsvarade ungefär långtidsmedelvärdet. I september hade konsumenterna fortfarande något fler planer än vanligt på att använda pengar för köp av kapitalvaror.

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



Konsumenternas förväntningar på utvecklingen av den allmänna arbetslösheten blev ännu dystrare i september. Sysselsatta, dvs. löntagare och företagare, upplevde också en större risk än tidigare för att själva råka ut för arbetslöshet. Konsumenternas syn på konsumentprisernas tillväxttakt sjönk nu klart i september.

I september uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen fortsättningsvis är utmärkt. Konsumenterna ansåg åter att tidpunkten var någorlunda bra för att spara, men dålig för att köpa kapitalvaror och särskilt för att ta lån. I september planerade dock rekordmånga att ta lån. Konsumenterna hade också fler planer på att köpa bostad än någonsin tidigare. Dessutom funderade många på att renovera hemmet och köpa bil.

### Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I september var förtroendet för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn -1,2) och svagast i Östra Finland (-10,4). Av befolkningsgrupperna var lägre tjänstemän de mest optimistiska (0,8). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var arbetslösa (-14,7), och pensionärer (-12,2). När det gäller företagen fick förtroendeindikatorn i september värdet -7,0.

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.....	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**

I september ansåg rentav 84 procent av konsumenterna att Finlands ekonomin för närvarande är sämre än för ett år sedan och bara 2 procent ansåg att den är bättre. Av konsumenterna uppskattade 21 procent i september att den egna ekonomin för närvarande är sämre än för ett år sedan. Något fler, dvs. 23 procent, ansåg att den egna ekonomin var starkare än året innan.

I september trodde 25 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 46 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var månaden innan 23 och 46 procent och för ett år sedan i september 10 och 47 procent.

I september litade 27 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 15 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I augusti var motsvarande andelar 29 och 14 procent och för ett år sedan 27 och 13 procent.

## **Arbetslöshet och inflation**

I september litade bara 13 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten minskar i Finland under det följande året och rentav 71 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i augusti 17 och 60 procent och för ett år sedan 18 och 38 procent.

I september antog 4 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan rentav 38 procent åter bedömde att risken ökat. Å andra sidan upplevde 32 procent av de sysselsatta att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa. En månad tidigare var dessa tre andelar 4, 33 och 35 procent och i september i fjol 6, 16 och 47 procent.

I september uppskattade konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,2 procent under de följande 12 månaderna. Inflationförväntningarna var så sent som i augusti 2,5 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,9 procent.

## **Sparande och låntagning**

Av konsumenterna bedömde 54 procent i september att det är fördelaktigt att spara. Ännu i augusti var andelen 50 procent. Sextiotre procent av konsumenterna hade sparat i september och 77 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I september ansåg 44 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. En månad tidigare var denna andel 48 procent och året innan 69 procent. I september planerade dock rekordmånga, dvs. 22 procent av konsumenterna, att ta lån inom ett år. Långtidsmedelvärdet är bara 15 procent.

## **Penninganvändning**

Av konsumenterna ansåg 28 procent i september att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Av konsumenterna avsåg 14 procent att öka och 32 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året.

I september planerade något fler än vanligt, dvs. 16 procent av konsumenterna, att säkert eller eventuellt köpa bil under de följande 12 månaderna. Fler än någonsin tidigare, dvs. 18 procent av konsumenterna, övervägde i september att köpa bostad inom ett år. Långtidsmedelvärdet är 13 procent. I september planerade dessutom 21 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 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 september 2020 erhöles svar från 1 112 personer. Av svaren 75 procent kom från webblanketten. Bortfallet av svar var 48,9 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 avsikter<sup>1)</sup>

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	09/2019	08/2020	09/2020	Utsikter <sup>2)</sup>
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,8	6,8	-13,9	-4,2	-5,1	-5,9	--
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,1	8,6	-5,3	8,1	0,7	2,3	=
- Bättre (%)	.	.	.	28,3	23,5	23,3	
- Sämre (%)	.	.	.	14,6	21,8	20,6	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,0	13,5	1,2	8,5	9,8	7,0	-
- Bättre (%)	.	.	.	27,1	29,0	27,3	
- Sämre (%)	.	.	.	13,4	13,7	15,2	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-6,6	25,9	-66,5	-14,9	-59,2	-57,7	--
- Bättre (%)	.	.	.	11,4	2,2	2,2	
- Sämre (%)	.	.	.	37,8	85,8	84,2	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-1,9	20,3	-32,8	-20,7	-16,8	-18,1	--
- Bättre (%)	.	.	.	9,6	23,2	24,6	
- Sämre (%)	.	.	.	46,7	45,6	46,1	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,6	2,3	2,0	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,9	5,3	1,7	2,5	2,5	2,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,5	20,3	-59,5	-12,2	-26,8	-39,9	--
- Mindre (%)	.	.	.	18,0	16,7	13,0	
- Mera (%)	.	.	.	38,4	60,2	70,6	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-6,2	4,7	-26,6	-6,2	-18,5	-22,1	--
- Minskat (%)	.	.	.	6,4	4,4	4,4	
- Ökat (%)	.	.	.	15,8	32,9	37,7	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,6	43,5	-14,3	17,8	10,3	9,7	-
- Bra tid (%)	.	.	.	27,8	28,3	27,6	
- Dålig tid (%)	.	.	.	10,0	18,0	17,9	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,3	29,4	-28,5	13,4	3,4	6,7	=
- Bra tid (%)	.	.	.	60,7	49,9	53,5	
- Dålig tid (%)	.	.	.	37,9	48,7	45,6	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,5	31,7	-60,4	25,1	-1,6	-6,5	-
- Bra tid (%)	.	.	.	69,5	47,8	43,7	
- Dålig tid (%)	.	.	.	29,3	50,2	54,2	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	21,6	31,0	6,4	29,6	30,3	30,0	++
- Sparar (%)	.	.	.	63,0	64,7	63,4	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	9,9	10,3	10,4	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,8	53,6	9,8	51,2	47,7	47,6	+
- Kan spara (%)	.	.	.	78,6	77,0	77,0	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	21,0	22,9	22,5	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,4	22,1	10,5	19,2	20,3	22,1	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	5,1	5,8	6,2	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	09/2019	08/2020	09/2020	Utsikter <sup>2)</sup>
- Eventuellt (%)	.	.	.	14,1	14,5	15,9	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal)	-16,3	-9,7	-26,7	-12,6	-13,9	-14,8	+
- Mera (%)	.	.	.	15,5	13,9	13,6	
- Mindre (%)	.	.	.	31,1	31,2	32,3	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,3	19,2	10,1	13,9	14,8	15,8	+
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	4,8	4,2	5,0	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	9,2	10,6	10,7	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,6	17,9	9,1	16,5	16,3	17,9	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	4,7	4,2	6,1	
- Eventuellt (%)	.	.	.	11,8	12,1	11,8	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	17,4	26,0	8,1	20,8	19,5	20,5	+
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	7,6	6,6	7,1	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	13,2	13,0	13,4	

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.

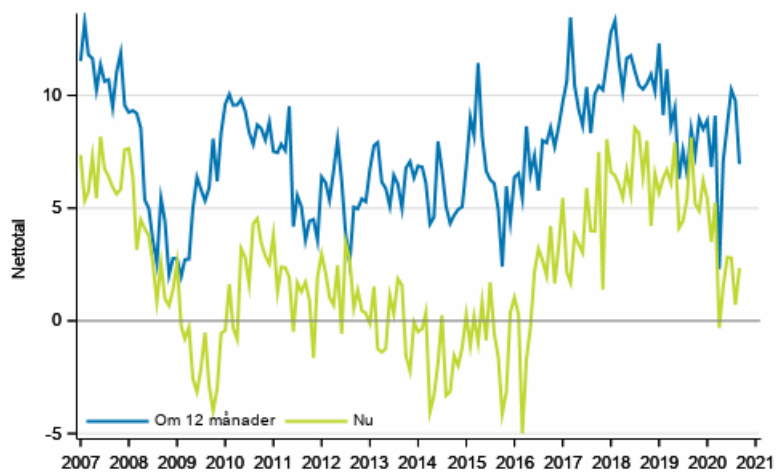
# Figurbilagor

## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

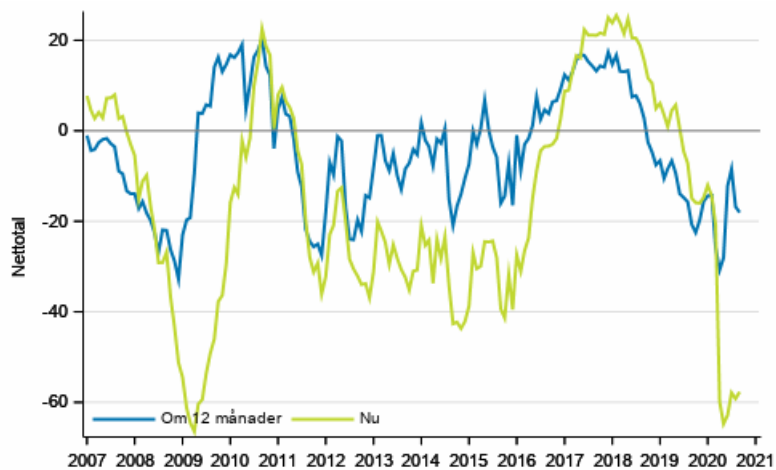


1) medeltal 10/1995 - 09/2020

## Figurbilaga 2. Egen ekonomi



## Figurbilaga 3. Finlands ekonomi

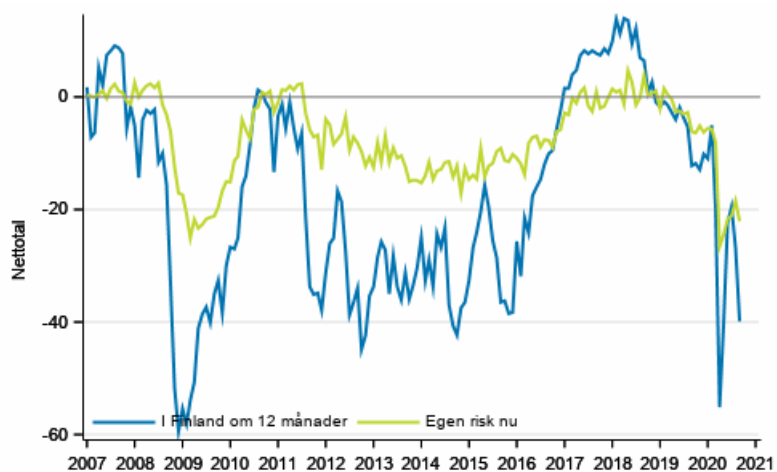




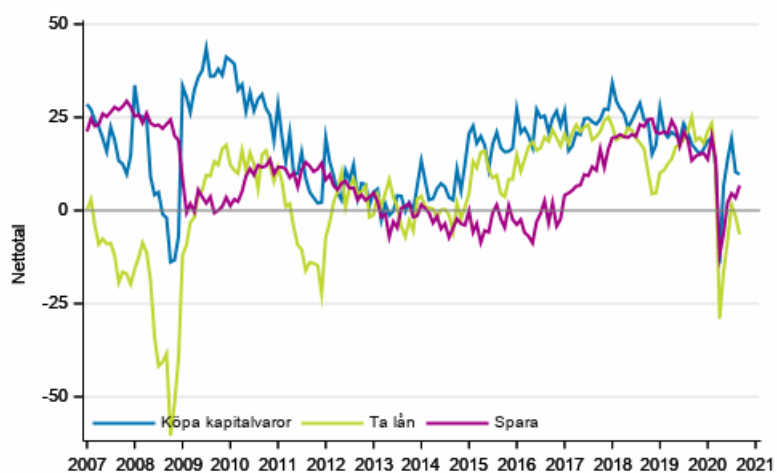
**Figurbilaga 4. Inflation**



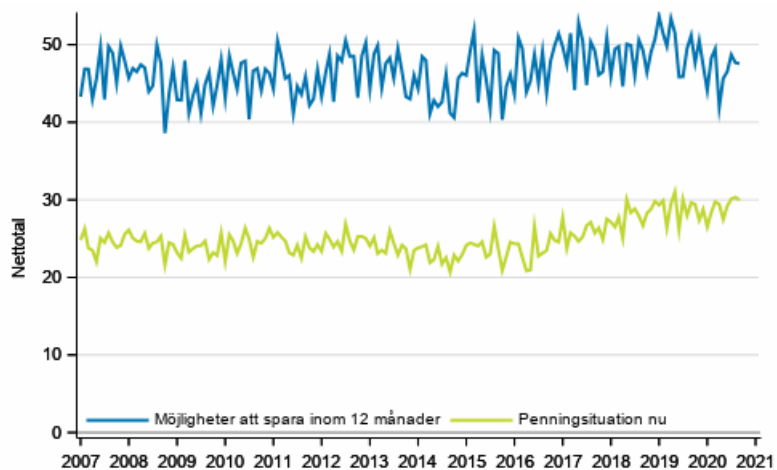
**Figurbilaga 5. Arbetslöshet**



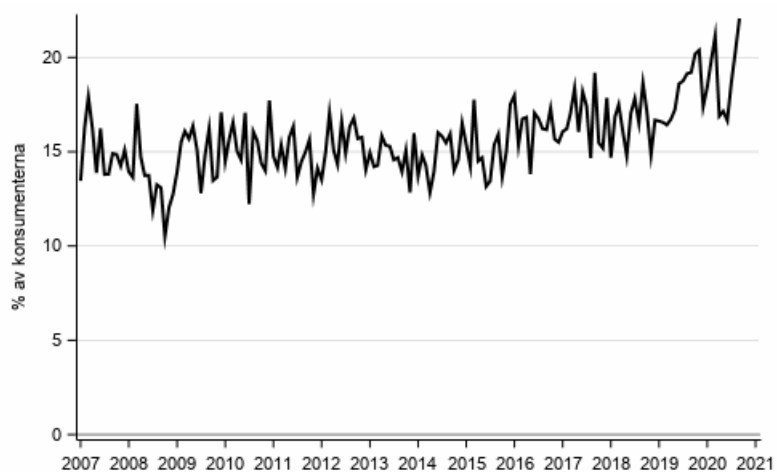
**Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att**



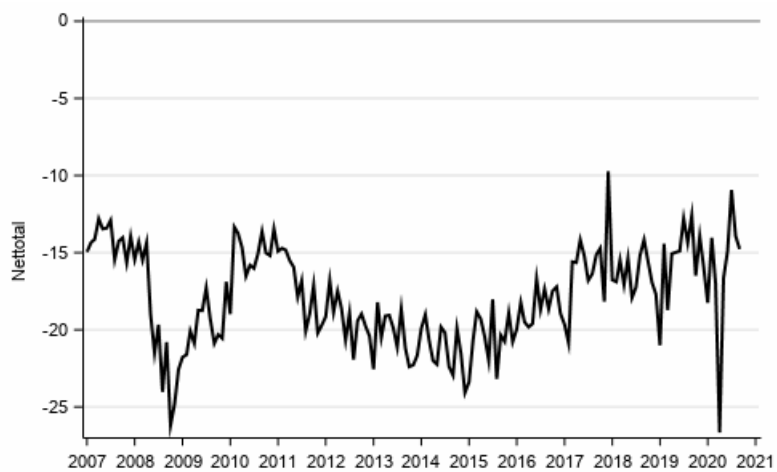
**Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara**



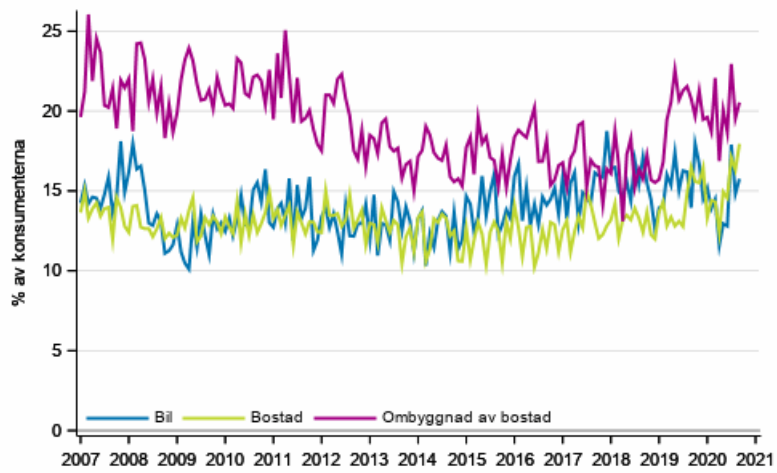
**Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader**



**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 avdelningschef:

Hannele Orjala

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

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

Källa: Konsumenternas förtroende 2020, september. Statistikcentralen