

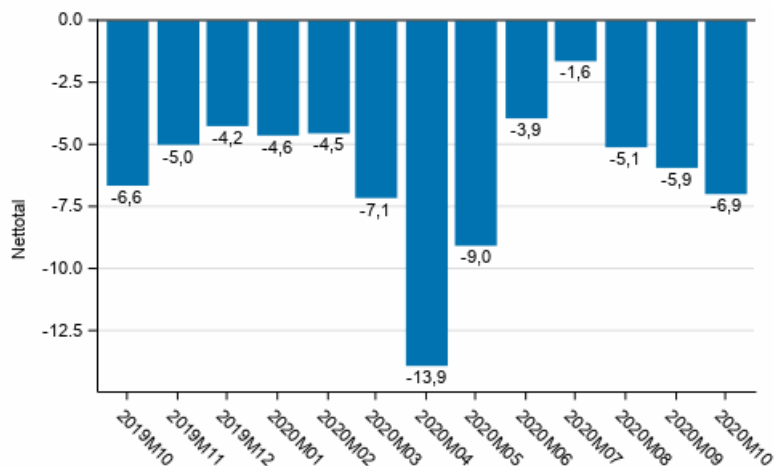
Konsumenternas förtroende

2020, oktober

Konsumenternas förtroende fortsatte att brytas ner i oktober

Konsumenternas förtroendeindikator var i oktober -6,9, då den i september var -5,9 och i augusti -5,1. I oktober i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -6,6. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–19 oktober av 1 181 personer bosatta i Finland.

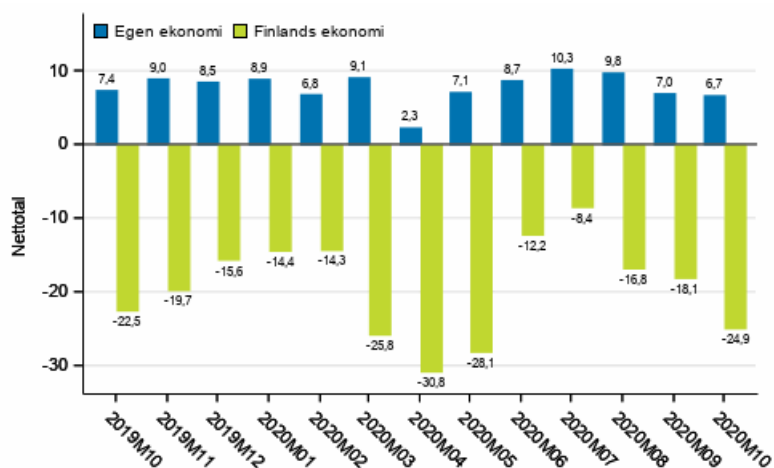
Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades i oktober synen på den egna ekonomiska situationen i nuläget och på användningen av pengar på kapitalvaror inom ett år en aning jämfört med september. Förväntningarna på den egna ekonomin för ett år framåt var i stort sett oförändrade, medan synen på Finlands ekonomi inom den närmaste framtiden försvagades ytterligare klart. Jämfört med motsvarande period i fjol visade förtroendeindikatorns delfaktorer, med undantag av planerna på att använda pengar, en något sämre riktning i oktober.

I oktober var konsumenternas bild av den ekonomiska utvecklingen i Finland dystert. Också förväntningarna på den egna ekonomin inom den närmaste framtiden var svaga, men uppfattningen om dess nuläge var redan relativt ljus. I oktober hade konsumenterna något fler planer än i genomsnitt 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 oktober. Ett stort antal sysselsatta, dvs. löntagare och företagare, upplevde också risk för att själva råka ut för arbetslöshet eller permittering. Konsumenternas syn på stegringen av konsumentpriserna under de kommande månaderna gick något uppåt i oktober.

I oktober uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen fortsättningsvis är utmärkt. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var ganska gynnsam för att spara, men dålig för att köpa kapitalvaror och särskilt för att ta lån. I oktober planerade dock väldigt många att ta lån. Konsumenterna hade också fortfarande många planer på att köpa bostad. Dessutom funderade väldigt många på att renovera hemmet och köpa bil.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I oktober var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn -2,3) och svagast i övriga delar av Södra Finland (-10,4). Av befolkningsgrupperna var studerandena de mest optimistiska (-1,4). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärerna (-13,7). När det gäller företagen fick förtroendeindikatorn i oktober värdet -6,3.

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 oktober ansåg rentav 87 procent av konsumenterna att Finlands ekonomi för närvarande är sämre än för ett år sedan och bara 3 procent ansåg att den är bättre. Av konsumenterna uppskattade 18 procent i oktober att den egna ekonomin för närvarande är sämre än för ett år sedan. Något fler, dvs. 24 procent, ansåg att den egna ekonomin var starkare än året innan.

I oktober trodde 21 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Redan mer än hälften av konsumenterna, dvs. 52 procent, bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var månaden innan 25 och 46 procent och för ett år sedan i oktober 10 och 48 procent.

I oktober litade 26 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 15 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I september var motsvarande andelar 27 och 15 procent och för ett år sedan 26 och 14 procent.

Arbetslöshet och inflation

I oktober litade bara 12 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten minskar i Finland under det följande året och rentav 76 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i september 13 och 71 procent och för ett år sedan 19 och 40 procent.

I oktober antog 4 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet eller permittering minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 34 procent åter bedömde att risken ökat. Å andra sidan upplevde 37 procent av de sysselsatta att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa eller permitterade. En månad tidigare var dessa tre andelar 4, 38 och 32 procent och i oktober i fjol 7, 18 och 48 procent.

I oktober uppskattade konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,4 procent under de följande 12 månaderna. Inflationsförväntningarna var i september 2,2 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,9 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 53 procent i oktober att det är fördelaktigt att spara. För ett år sedan var andelen 61 procent. Sextiofem procent av konsumenterna hade sparat i oktober och 77 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I oktober ansåg 44 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Året innan var andelen 65 procent. I oktober planerade dock fler än vanligt, dvs. 19 procent av konsumenterna, att ta lån inom ett år. Den genomsnittliga andelen på lång sikt är 15 procent.

Penninganvändning

Av konsumenterna ansåg 29 procent i oktober att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Av konsumenterna avsåg 14 procent att öka och 31 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året.

I oktober planerade något fler än i genomsnitt, dvs. 16 procent av konsumenterna, att säkert eller eventuellt köpa bil under de följande 12 månaderna. I oktober funderade många också på att köpa bostad inom ett år: 15 procent av konsumenterna. Långtidsmedelvärdet för detta är 13 procent. I oktober 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 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 oktober 2020 erhöles svar från 1 181 personer. Av svaren 76 procent kom från webblanketten. Bortfallet av svar var 46,0 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 avsikter¹⁾

| | Medeltal 10/1995- | Maxvärde 10/1995- | Minvärde 10/1995- | 10/2019 | 09/2020 | 10/2020 | Utsikter ²⁾ |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|---------|---------|---------|------------------------|
| A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4 | -1,8 | 6,8 | -13,9 | -6,6 | -5,9 | -6,9 | -- |
| B1 Egen ekonomi nu (nettotal) | 3,1 | 8,6 | -5,3 | 5,2 | 2,3 | 3,9 | + |
| - Bättre (%) | . | . | . | 26,6 | 23,3 | 23,8 | |
| - Sämre (%) | . | . | . | 18,0 | 20,6 | 18,1 | |
| B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal) | 8,0 | 13,5 | 1,2 | 7,4 | 7,0 | 6,7 | - |
| - Bättre (%) | . | . | . | 26,4 | 27,3 | 25,6 | |
| - Sämre (%) | . | . | . | 14,4 | 15,2 | 15,2 | |
| B3 Finlands ekonomi nu (nettotal) | -6,8 | 25,9 | -66,5 | -15,9 | -57,7 | -61,0 | -- |
| - Bättre (%) | . | . | . | 9,2 | 2,2 | 2,9 | |
| - Sämre (%) | . | . | . | 37,4 | 84,2 | 87,5 | |
| B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal) | -2,0 | 20,3 | -32,8 | -22,5 | -18,1 | -24,9 | -- |
| - Bättre (%) | . | . | . | 9,9 | 24,6 | 20,5 | |
| - Sämre (%) | . | . | . | 48,1 | 46,1 | 52,2 | |
| B5 Inflationen nu (procent) | 3,1 | 6,9 | -2,7 | 2,6 | 2,0 | 2,0 | |
| B6 Inflationen om 12 månader (procent) | 2,9 | 5,3 | 1,7 | 2,7 | 2,2 | 2,4 | |
| B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal) | -10,6 | 20,3 | -59,5 | -11,8 | -39,9 | -45,5 | -- |
| - Mindre (%) | . | . | . | 19,5 | 13,0 | 12,2 | |
| - Mera (%) | . | . | . | 39,9 | 70,6 | 76,3 | |
| B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal) | -6,2 | 4,7 | -26,6 | -6,4 | -22,1 | -20,8 | -- |
| - Minskat (%) | . | . | . | 6,8 | 4,4 | 4,0 | |
| - Ökat (%) | . | . | . | 17,9 | 37,7 | 33,8 | |
| C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal) | 19,6 | 43,5 | -14,3 | 16,5 | 9,7 | 11,2 | - |
| - Bra tid (%) | . | . | . | 28,3 | 27,6 | 29,2 | |
| - Dålig tid (%) | . | . | . | 11,9 | 17,9 | 18,0 | |
| C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal) | 4,3 | 29,4 | -28,5 | 14,5 | 6,7 | 5,7 | = |
| - Bra tid (%) | . | . | . | 61,0 | 53,5 | 53,1 | |
| - Dålig tid (%) | . | . | . | 36,3 | 45,6 | 45,8 | |
| C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal) | 7,5 | 31,7 | -60,4 | 18,7 | -6,5 | -5,9 | - |
| - Bra tid (%) | . | . | . | 64,6 | 43,7 | 44,1 | |
| - Dålig tid (%) | . | . | . | 33,4 | 54,2 | 53,6 | |
| D1 Egen penningssituation nu (nettotal) | 21,7 | 31,0 | 6,4 | 29,4 | 30,0 | 30,9 | ++ |
| - Sparar (%) | . | . | . | 61,9 | 63,4 | 64,9 | |
| - Använder besparingar eller skuldsätter sig (%) | . | . | . | 10,1 | 10,4 | 9,0 | |
| D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal) | 39,8 | 53,6 | 9,8 | 47,7 | 47,6 | 49,3 | + |
| - Kan spara (%) | . | . | . | 76,2 | 77,0 | 77,3 | |
| - Kan inte spara (%) | . | . | . | 23,6 | 22,5 | 22,6 | |
| D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna) | 15,5 | 22,1 | 10,5 | 20,2 | 22,1 | 19,3 | ++ |
| - Ja, säkert (%) | . | . | . | 6,3 | 6,2 | 5,1 | |

| | Medeltal 10/1995- | Maxvärde 10/1995- | Minvärde 10/1995- | 10/2019 | 09/2020 | 10/2020 | Utsikter ²⁾ |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|---------|---------|---------|------------------------|
| - Eventuellt (%) | . | . | . | 13,9 | 15,9 | 14,2 | |
| E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal) | -16,3 | -9,7 | -26,7 | -16,5 | -14,8 | -13,4 | + |
| - Mera (%) | . | . | . | 12,6 | 13,6 | 14,1 | |
| - Mindre (%) | . | . | . | 34,0 | 32,3 | 30,8 | |
| E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna) | 14,3 | 19,2 | 10,1 | 17,9 | 15,8 | 16,0 | + |
| - Mycket sannolikt (%) | . | . | . | 6,5 | 5,0 | 4,8 | |
| - Ganska sannolikt (%) | . | . | . | 11,4 | 10,7 | 11,2 | |
| E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna) | 12,6 | 17,9 | 9,1 | 15,6 | 17,9 | 15,2 | ++ |
| - Ja, säkert (%) | . | . | . | 5,4 | 6,1 | 4,7 | |
| - Eventuellt (%) | . | . | . | 10,2 | 11,8 | 10,5 | |
| E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna) | 17,4 | 26,0 | 8,1 | 19,7 | 20,5 | 21,4 | ++ |
| - Mycket sannolikt (%) | . | . | . | 7,5 | 7,1 | 6,6 | |
| - Ganska sannolikt (%) | . | . | . | 12,2 | 13,4 | 14,8 | |

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.

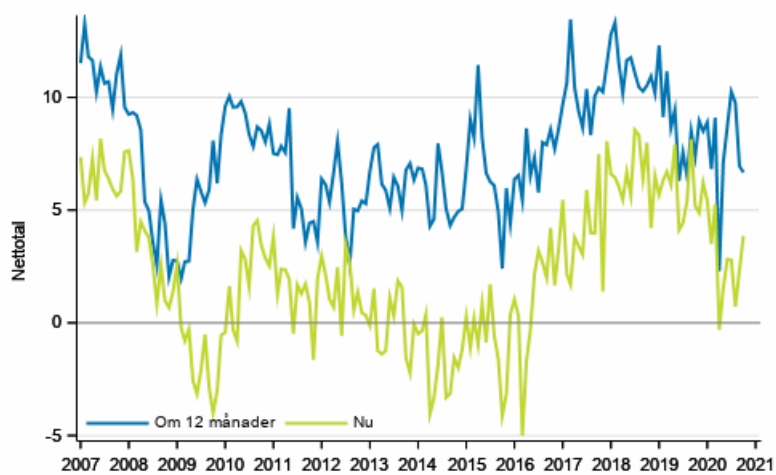
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

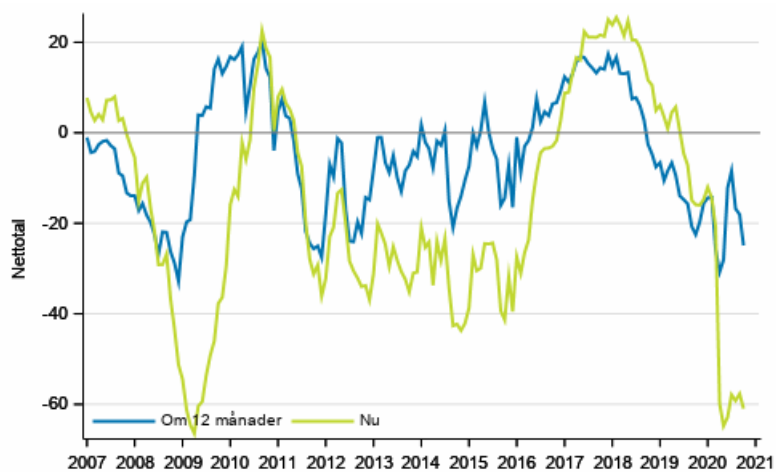


1) medeltal 10/1995 - 10/2020

Figurbilaga 2. Egen ekonomi



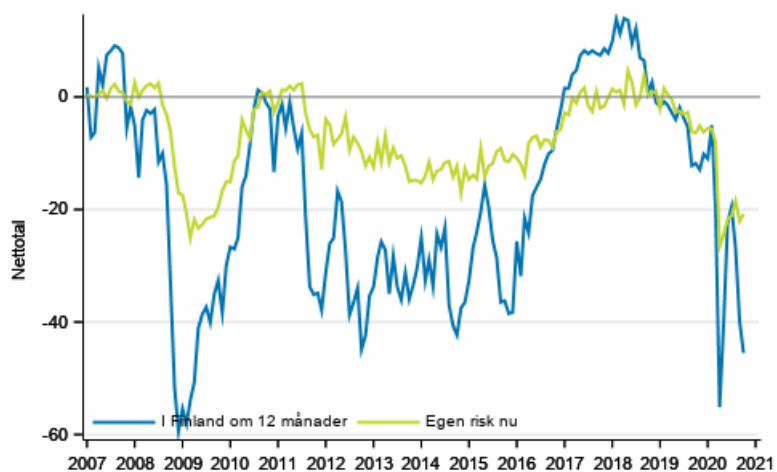
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



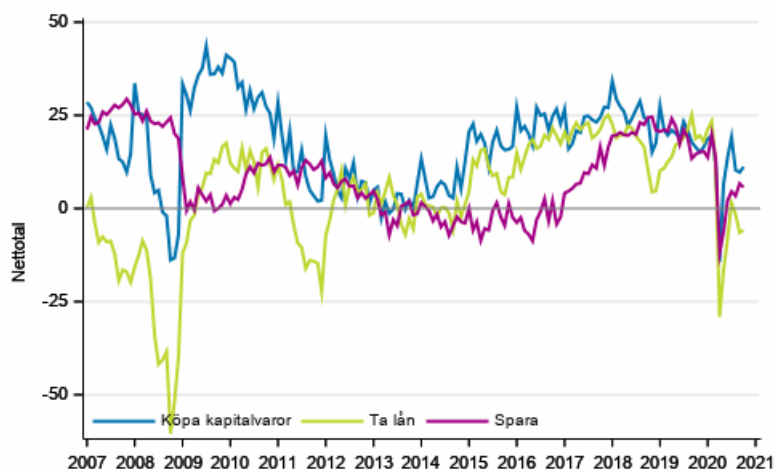
Figurbilaga 4. Inflation



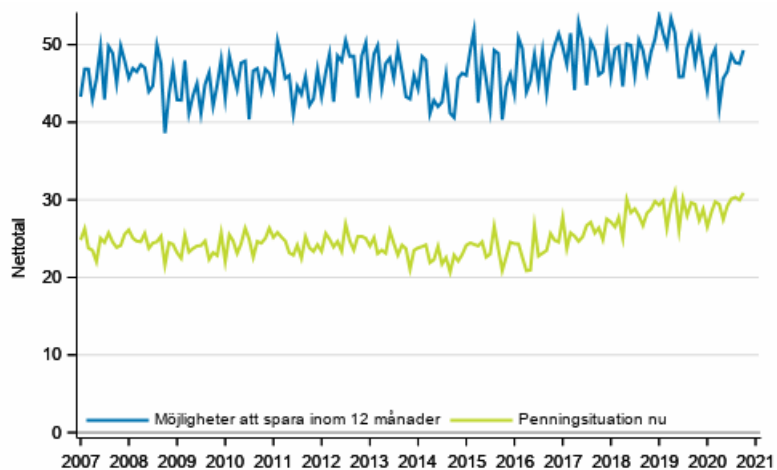
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



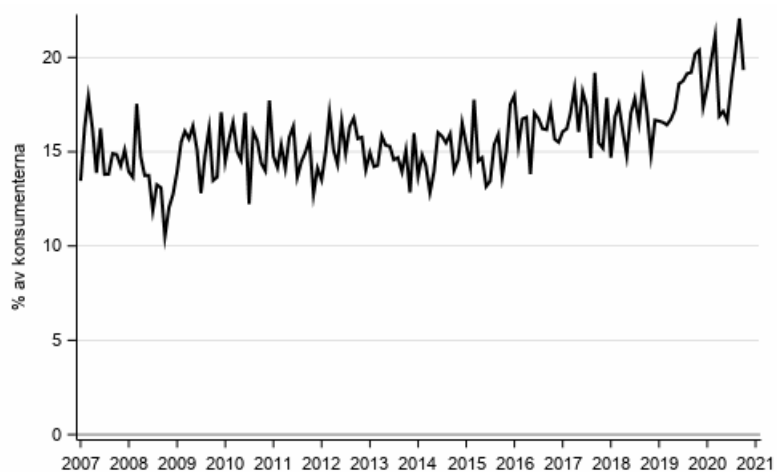
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



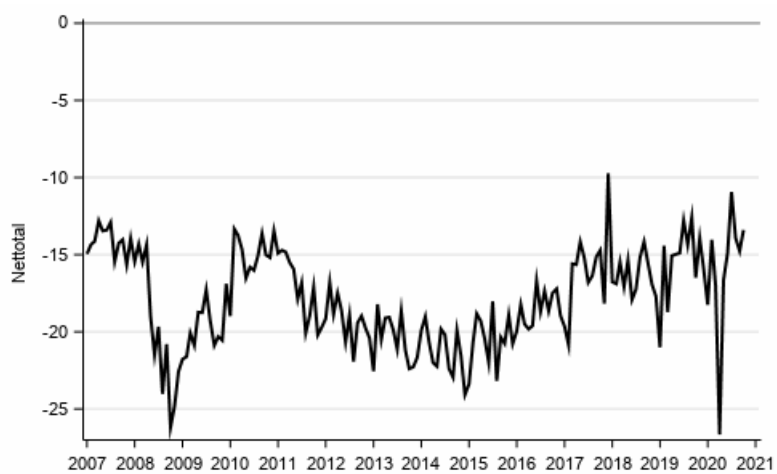
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



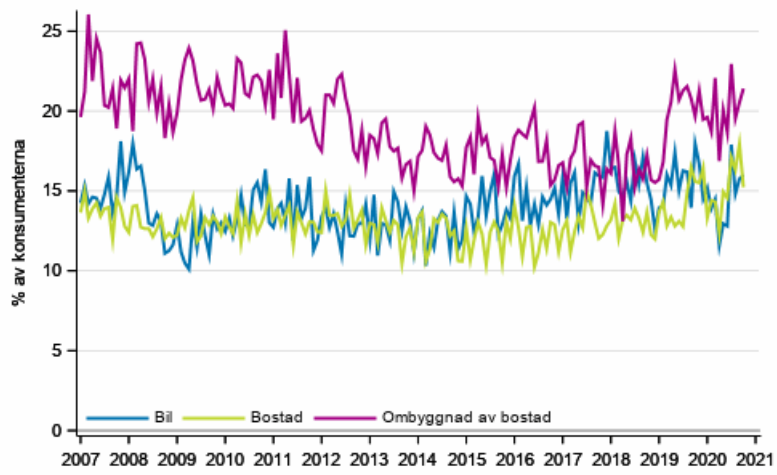
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



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

www.stat.fi

Källa: Konsumenternas förtroende 2020, oktober. Statistikcentralen