

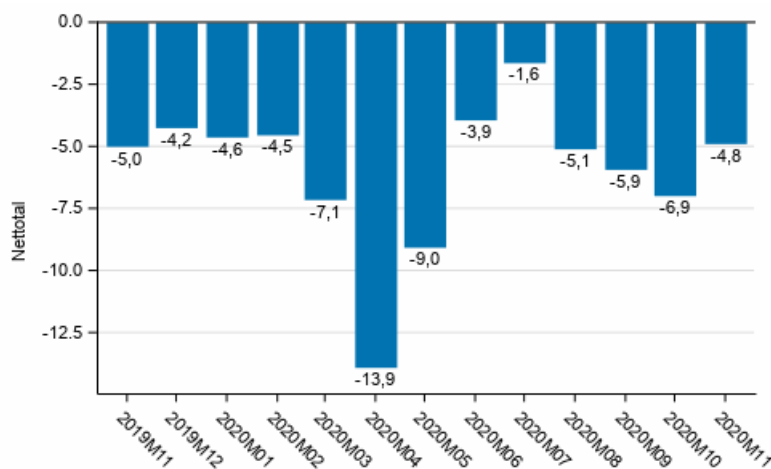
Konsumenternas förtroende

2020, november

Konsumenternas förväntningar på ekonomin återhämtade sig något i november

Konsumenternas förtroendeindikator var i november -4,8, då den i oktober var -6,9 och i september -5,9. I november i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -5,0. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–18 november av 1 157 personer bosatta i Finland.

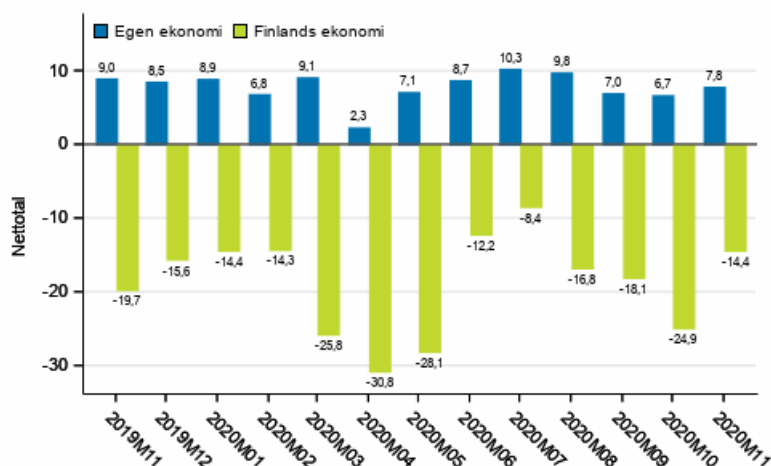
Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades förväntningarna något på den egna och på Finlands ekonomi i november jämfört med oktober. Däremot försvagades synen på den egna ekonomin i nuläget. Konsumenternas planer på att använda pengar för anskaffning av kapitalvaror minskade dessutom en aning. Jämfört med motsvarande period i fjol gick förtroendeindikatorns delfaktorer – med undantag av förväntningarna på Finlands ekonomi – i en något sämre riktning i november.

I november var konsumenternas bild av den ekonomiska utvecklingen i Finland dock fortfarande dystert. Konsumenterna uppskattade också att den egna ekonomin i nuläget var svag, men förväntningarna på de närmaste månaderna var redan på samma nivå som långtidsmedelvärdet. I november hade konsumenterna fortfarande något fler planer än vanligt på att köpa kapitalvaror.

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



Också konsumenternas förväntningar på utvecklingen av den allmänna arbetslöshetssituationen i Finland förbättrades klart i november, men är fortfarande på en dyster nivå. Detsamma gäller bedömningen av risken för att själva råka ut för arbetslöshet eller permittering bland de sysselsatta, dvs. löntagare och företagare, vid tidpunkten för enkäten. Konsumenternas uppskattning av tillväxttakten för konsumentpriserna under de kommande månaderna sjönk som omväxling något i november.

I november uppskattade konsumenterna att den egna penningsituationen fortsättningsvis är utmärkt. Konsumenterna ansåg inte längre att tidpunkten var särskilt gynnsam för att spara och samtidigt ansåg man att intervju tidpunkten var dålig för att köpa kapitalvaror och särskilt för att ta lån. I november hade dock fortfarande väldigt många planer på att ta lån. Konsumenterna hade fortfarande också gott om planer på att köpa bostad. Dessutom funderade många på att renovera hemmet och köpa bil.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I november var förtroendet för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn -1,7) och i övriga Södra Finland (-1,6). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de mest optimistiska (2,3). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var företagare (-12,1), och pensionärer (-11,7). Bland arbetslösa fick förtroendeindikatorn i november värdet -8,5.

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 uppfattningar 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 november ansåg 84 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 19 procent i november att den egna ekonomin för närvarande är sämre än för ett år sedan. Något fler, dvs. 22 procent, ansåg att den egna ekonomin var starkare än året innan. I oktober var motsvarande andelar för den egna ekonomin 18 och 24 procent och för ett år sedan 18 och 26 procent.

I november antog 25 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 månaden innan 21 och 52 procent och för ett år sedan i november 10 och 44 procent.

I november litade 25 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 13 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I oktober var motsvarande andelar 26 och 15 procent och för ett år sedan 28 och 13 procent.

Arbetslöshet och inflation

I november litade 18 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten i Finland minskar under det följande året och 65 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i oktober 12 och 76 procent och för ett år sedan 16 och 39 procent.

Av de sysselsatta antog 6 procent i november att risken för arbetslöshet eller permittering minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 32 procent bedömde att risken ökat. Å andra sidan upplevde 36 procent av de sysselsatta att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa eller permitterade. Motsvarande andelar var i oktober 4, 34 och 37 procent och i november i fjol 7, 15 och 46 procent.

I november bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,2 procent under de följande 12 månaderna. Inflationförväntningarna var i oktober 2,4 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationförväntningarna är 2,9 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 51 procent i november att det är fördelaktigt att spara. För ett år sedan var andelen 62 procent. Sextiotre procent av konsumenterna hade sparat i november och 76 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I november ansåg 47 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Året innan var andelen 65 procent. I november planerade fortfarande klart fler än vanligt, dvs. 18 procent av konsumenterna, att ta lån inom ett år. Den genomsnittliga andelen på lång sikt är 15 procent.

Penninganvändning

I november ansåg 28 procent av konsumenterna att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Av konsumenterna avsåg 13 procent att öka och 31 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året.

I november planerade något fler än genomsnittet, dvs. 15 procent av konsumenterna, att säkert eller eventuellt köpa bil under de följande 12 månaderna. I november funderade många också på att köpa bostad inom ett år: 16 procent av konsumenterna. Långtidsmedelvärdet är 13 procent. I november planerade dessutom fler än vanligt, dvs. 21 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 november 2020 erhöles svar från 1 157 personer. Av svaren 78 procent kom från webblanketten. Bortfallet av svar var 47,1 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 uppfattningar och avsikter¹⁾

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	11/2019	10/2020	11/2020	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,8	6,8	-13,9	-5,0	-6,9	-4,8	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,1	8,6	-5,3	4,9	3,9	1,6	-
- Bättre (%)	.	.	.	26,4	23,8	22,2	
- Sämre (%)	.	.	.	18,3	18,1	19,3	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,0	13,5	1,2	9,0	6,7	7,8	=
- Bättre (%)	.	.	.	27,6	25,6	25,5	
- Sämre (%)	.	.	.	12,8	15,2	13,1	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-7,0	25,9	-66,5	-16,0	-61,0	-54,9	--
- Bättre (%)	.	.	.	10,1	2,9	3,1	
- Sämre (%)	.	.	.	38,8	87,5	83,5	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-2,1	20,3	-32,8	-19,7	-24,9	-14,4	--
- Bättre (%)	.	.	.	10,3	20,5	25,5	
- Sämre (%)	.	.	.	43,8	52,2	42,6	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,5	2,0	2,1	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,9	5,3	1,7	2,4	2,4	2,2	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,7	20,3	-59,5	-12,9	-45,5	-31,8	--
- Mindre (%)	.	.	.	15,9	12,2	17,6	
- Mera (%)	.	.	.	39,0	76,3	65,3	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-6,3	4,7	-26,6	-5,1	-20,8	-16,6	--
- Minskat (%)	.	.	.	6,7	4,0	6,5	
- Ökat (%)	.	.	.	15,4	33,8	32,0	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,6	43,5	-14,3	15,1	11,2	11,4	-
- Bra tid (%)	.	.	.	26,5	29,2	27,7	
- Dålig tid (%)	.	.	.	11,4	18,0	16,3	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,3	29,4	-28,5	15,2	5,7	3,5	=
- Bra tid (%)	.	.	.	61,7	53,1	50,7	
- Dålig tid (%)	.	.	.	36,5	45,8	48,2	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,5	31,7	-60,4	19,6	-5,9	-2,6	-
- Bra tid (%)	.	.	.	64,8	44,1	47,4	
- Dålig tid (%)	.	.	.	33,2	53,6	50,0	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	21,7	31,0	6,4	27,4	30,9	29,7	++
- Sparar (%)	.	.	.	59,7	64,9	62,6	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	11,4	9,0	10,3	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,9	53,6	9,8	50,5	49,3	47,2	+
- Kan spara (%)	.	.	.	78,6	77,3	76,2	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	21,1	22,6	23,6	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,5	22,1	10,5	20,4	19,3	17,8	++

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	11/2019	10/2020	11/2020	Utsikter ²⁾
- Ja, säkert (%)	.	.	.	5,7	5,1	5,2	
- Eventuellt (%)	.	.	.	14,7	14,2	12,6	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal)	-16,3	-9,7	-26,7	-13,9	-13,4	-14,4	+
- Mera (%)	.	.	.	16,0	14,1	12,9	
- Mindre (%)	.	.	.	33,4	30,8	31,2	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,3	19,2	10,1	16,7	16,0	14,8	+
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	5,6	4,8	4,7	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	11,1	11,2	10,1	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,6	17,9	9,1	15,5	15,2	16,4	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	5,0	4,7	5,3	
- Eventuellt (%)	.	.	.	10,5	10,5	11,1	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsbyggnad (% av konsumenterna)	17,4	26,0	8,1	21,3	21,4	20,6	+
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	8,2	6,6	6,9	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	13,1	14,8	13,7	

1) Långtidsmedelvärdet, maximi- och minimivärdet kan inte presenteras för svarsfördelningarna.

2) Utsikter: ++ mycket goda, + goda, = neutrala, - dåliga, -- mycket dåliga; nettotalets avvikelse från medeltalet har jämförts med standardavvikelsen.

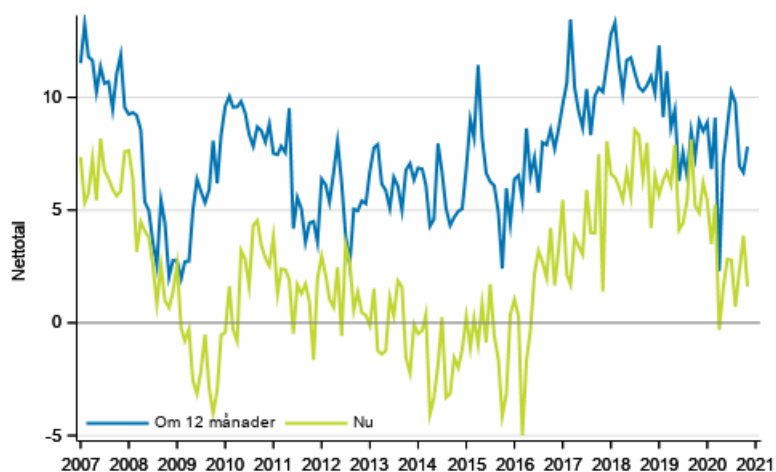
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

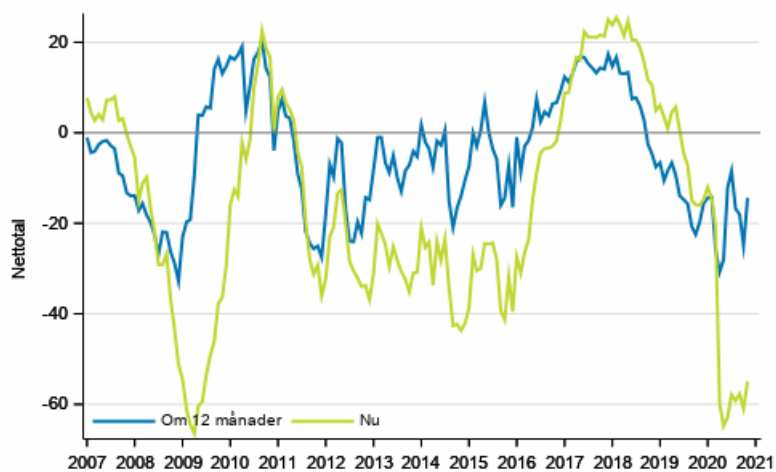


1) medeltal 10/1995 - 11/2020

Figurbilaga 2. Egen ekonomi



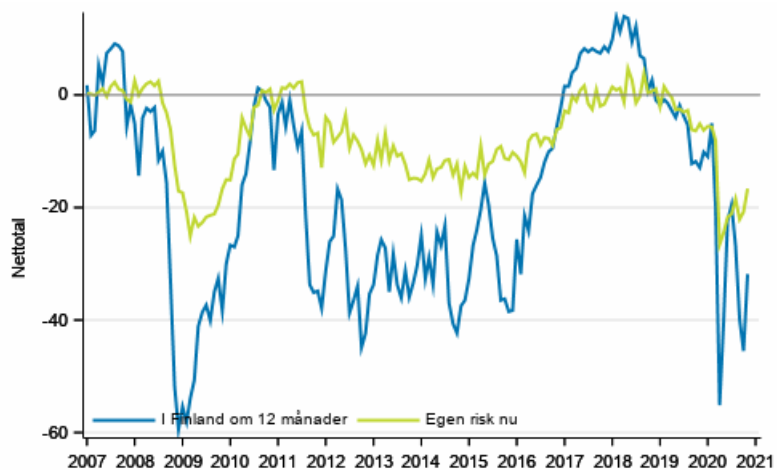
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



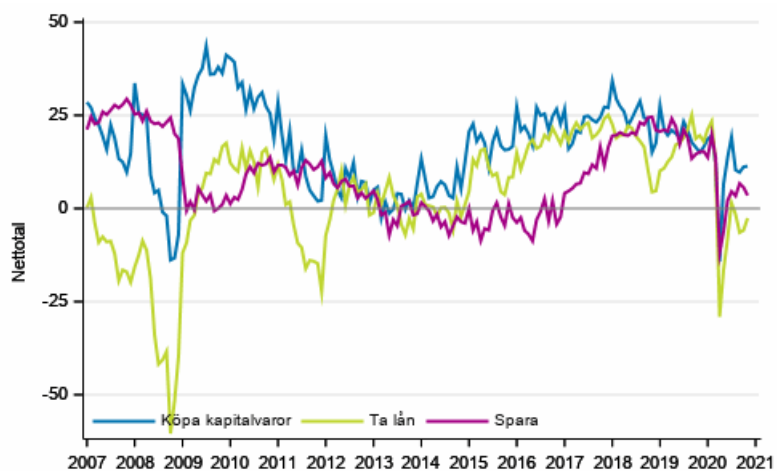
Figurbilaga 4. Inflation



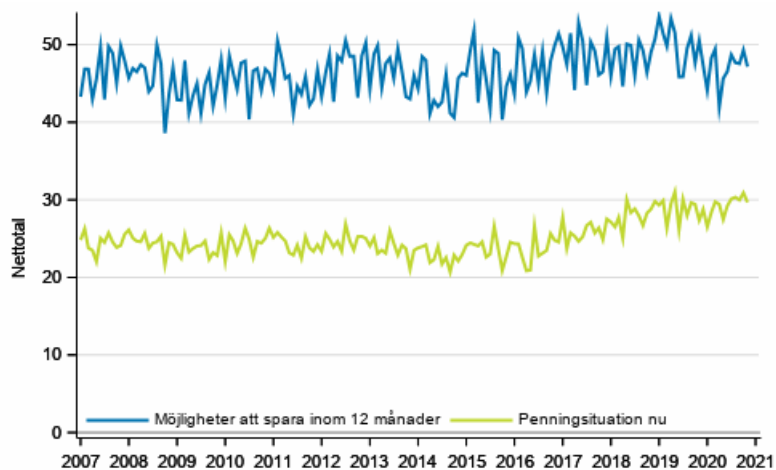
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



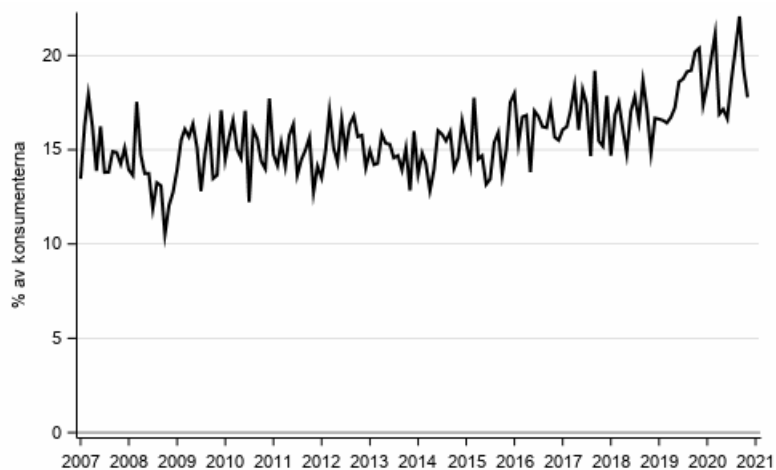
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



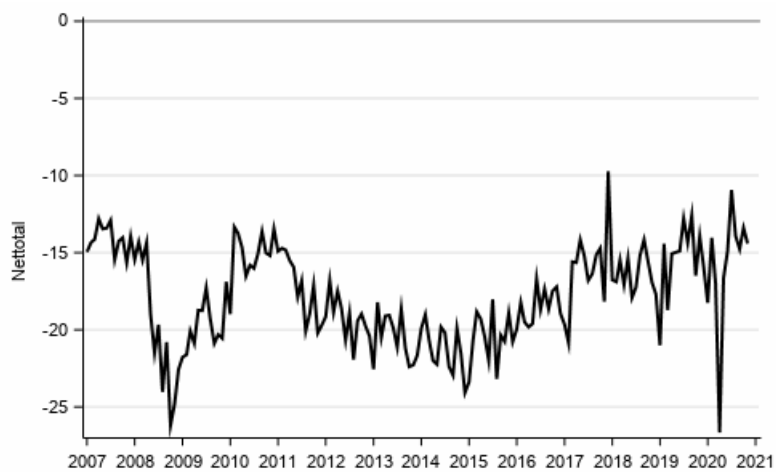
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



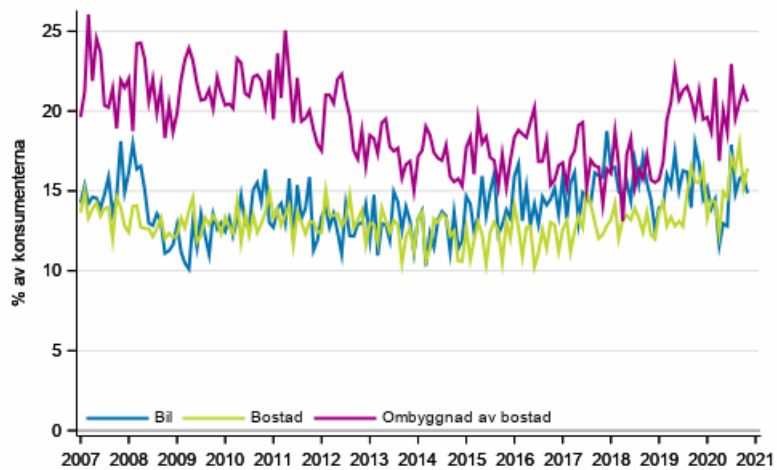
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



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, november. Statistikcentralen